



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 29.09.1999  
C(1999) 3093 def.

**DECISIONE DELLA COMMISSIONE**

**del 29 settembre 1999**

**che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato comune**

**e con l'accordo SEE**

(Caso n. IV/M.1383 – Exxon/Mobil)

(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)

(Testo rilevante ai fini del SEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto l'accordo sullo Spazio economico europeo, in particolare l'articolo 57,

visto il regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese<sup>1</sup>, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1310/97<sup>2</sup>, in particolare l'articolo 8, paragrafo 2,

vista la decisione della Commissione, del 9 giugno 1999, di avviare la procedura nel caso di specie,

dopo aver dato alle imprese interessate la possibilità di formulare le loro osservazioni in merito alle obiezioni sollevate dalla Commissione,

sentito il parere del comitato consultivo in materia di concentrazioni<sup>3</sup>,

CONSIDERANDO QUANDO SEGUE :

1. Il 3 maggio 1999 è pervenuta alla Commissione la notifica di un progetto di concentrazione con la quale le imprese statunitensi Exxon Corporation e Mobil Corporation avrebbero fuso le loro attività mondiali.
2. Il 2 giugno 1999, il Regno Unito ha notificato alla Commissione, a norma dell'articolo 9, paragrafo 2, lettera b) del regolamento (CEE) n. 4064/89 (in appresso "regolamento sulle concentrazioni"), di ritenere che la concentrazione ostacolasse la concorrenza nel nord-ovest della Scozia nel settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione. Il 26 luglio 1999 la Commissione ha emesso una comunicazione degli addebiti individuando, fra l'altro, alcuni problemi relativi alla concorrenza nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione in tutto il Regno Unito. Il 10 agosto 1999 la Commissione ha informato il Regno Unito che, date le circostanze e a norma dell'articolo 9, paragrafo 4, lettera b) del regolamento sulle concentrazioni, non sussistevano ragioni valide per rinviare il caso alle autorità competenti britanniche.
3. Con decisione del 9 giugno 1999 la Commissione ha dichiarato che l'operazione notificata faceva emergere seri dubbi sulla sua compatibilità con il mercato comune. La Commissione ha pertanto aperto un procedimento nel presente caso a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni.

#### **I. LE PARTI E L'OPERAZIONE**

4. Exxon Corporation ("Exxon") è una società diversificata attiva in tutto il mondo nei seguenti settori: prospezione, sviluppo, produzione e vendita di petrolio greggio e di gas naturale; raffinazione e commercializzazione di prodotti derivati dalla raffinazione del petrolio; sviluppo, produzione e commercializzazione di vari prodotti

---

1. GU n. L 395 del 30.12.1989, pag. 1; versione rettificata GU n. L 257 del 21.9.1990, pag. 13

2. GU n. L 180 del 9.7.1997, pag. 1.

3. GU n. C ..., del ..199. , pag....

chimici; produzione e commercializzazione di carbone e minerali; produzione di energia. Mobil Corporation ("Mobil") è una società diversificata che opera in tutto il mondo nei seguenti settori: prospezione, sviluppo, produzione e vendita di petrolio greggio e di gas naturale; raffinazione e commercializzazione di prodotti derivati dalla raffinazione del petrolio; sviluppo, produzione e commercializzazione di vari prodotti chimici. Mobil e British Petroleum ("BP") hanno raggruppato tutte le loro attività europee di raffinazione e vendita al dettaglio nella *joint venture* BP/Mobil<sup>4</sup>.

5. La concentrazione notificata è una fusione totale ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera a), del regolamento sulle concentrazioni. Exxon e Mobil hanno sottoscritto un accordo e un piano di fusione il 1 dicembre 1998. In base a tale accordo, Mobil si fonderà con una controllata al 100% di Exxon e sopravviverà come persona giuridica. Di conseguenza Exxon deterrà il 100% delle azioni con diritto di voto emesse e circolanti di Mobil. I titolari di azioni ordinarie Mobil riceveranno 1,32015 quote del capitale azionario di Exxon per ogni quota del capitale azionario Mobil che deterranno al momento della chiusura. Gli azionisti di Exxon deterranno il 70% circa della società Exxon Mobil risultante dalla fusione, mentre gli azionisti di Mobil deterranno il 30% circa.

## II. DIMENSIONE COMUNITARIA

6. Il fatturato mondiale aggregato combinato delle parti<sup>5</sup> è superiore a 5 miliardi di EUR (Exxon: 121 miliardi di EUR; Mobil: 47 miliardi di EUR). Exxon e Mobil realizzano ciascuna un fatturato su scala comunitaria superiore a 250 milioni di EUR (Exxon: [...] \* miliardi di EUR; Mobil: [...] \* miliardi di EUR). Infine né Exxon né Mobil realizzano più di due terzi del loro fatturato comunitario aggregato in un solo e medesimo Stato membro. La concentrazione è pertanto di dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento sulle concentrazioni. Exxon e Mobil realizzano ciascuna un fatturato superiore a 250 milioni di EUR nel territorio EFTA (Exxon: [...] \* miliardi di EUR; Mobil: [...] \* milioni di EUR). Pertanto l'operazione di cui trattasi nel presente caso dà luogo a cooperazione nel quadro dell'EFTA.

## III. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA

7. Il settore petrolifero comprende in genere le attività a monte ("*upstream*") nel settore del petrolio e del gas naturale (ovvero prospezione, sviluppo e produzione di petrolio greggio e di gas naturale), il settore a valle o "*downstream*" (raffinazione e commercializzazione di carburanti; distribuzione di gas naturale, produzione di lubrificanti) e le varie attività nel settore petrolchimico.
8. La concentrazione non solleva preoccupazioni sotto il profilo della concorrenza nei mercati della prospezione, dello sviluppo e della produzione di petrolio greggio e di gas naturale e con riferimento alle varie attività petrolchimiche in cui le quote delle

---

4. Caso IV/M.727- BP/Mobil del 7 agosto 1996 (GU n. C 381 del 17.12.1996, pag. 8). Le attività della *joint venture* non includono lubrificanti per l'aviazione e la nautica.

5. Fatturato calcolato conformemente all'articolo 5, paragrafo 1 del regolamento sulle concentrazioni e alla comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato (GU n. C 66 del 2.3.1998, pag. 25). Poiché le cifre includono il fatturato realizzato anteriormente al 1° gennaio 1999, esse sono calcolate in base ai tassi di cambio medio dell'ECU e convertite in EUR al tasso di 1/1.

imprese si sovrappongono. Entrambe le parti sono attive nella prospezione, nello sviluppo e nella produzione di petrolio greggio e di gas naturale e la Commissione aveva espresso seri dubbi su tali mercati nella decisione a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c). Nella decisione di avvio del procedimento a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), la Commissione aveva inoltre espresso seri dubbi sul mercato “*Gas-to-Liquid*”. Tuttavia per le ragioni indicate nelle sezioni A e B in appresso, in tali mercati non esistono preoccupazioni inerenti la concorrenza.

9. Per i motivi indicati in appresso, la concentrazione avrebbe avuto per effetto di creare o rafforzare una posizione dominante sui seguenti mercati:
- Trasporto all'ingrosso di gas naturale nei Paesi Bassi (Sezione C);
  - Trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale in Germania (Sezione C) ;
  - Impianti di stoccaggio sotterranei di gas naturale nella Germania meridionale (Sezione C);
  - Oli di base del gruppo I nel SEE (Sezione D);
  - Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione in Austria, Germania, Lussemburgo, Paesi Bassi e Regno Unito (Sezione E);
  - Vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio in Francia (Sezione E);
  - Lubrificanti per l'aviazione in tutto il mondo (Sezione F);
  - Carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick (Sezione G).

## A. ATTIVITÀ DI PROSPEZIONE, SVILUPPO E PRODUZIONE

10. Le attività a monte comprendono tre tipi di attività commerciali: la scoperta di nuovi giacimenti, lo sviluppo e lo sfruttamento commerciale di tali giacimenti. La ricerca di nuovi giacimenti viene detta generalmente "prospezione". Lo sviluppo comprende l'installazione di infrastrutture adeguate per la produzione futura (piattaforme petrolifere, condotte, terminali ecc.). Lo sfruttamento dei giacimenti è detto "produzione e vendita". Le precedenti decisioni della Commissione<sup>6</sup> erano soprattutto incentrate sull'impatto che le operazioni notificate avrebbero avuto sul segmento della produzione e della vendita.
11. La prospezione e sviluppo è un'attività che richiede tempo e capitali ingenti e che si articola in una serie di fasi successive. In primo luogo i paesi che ritengono che nei loro territori possano essere scoperti giacimenti di idrocarburi (un tale paese viene chiamato "paese ospitante") organizzano gare pubbliche per assegnare le licenze di prospezione. Tali gare possono svolgersi secondo modalità che vanno dalle aste pubbliche che si svolgono negli Stati Uniti alle gare riservate ad offerenti preselezionati dal paese ospitante. La preselezione può essere effettuata in diversa misura sulla base della capacità tecnica, della solidità finanziaria o di altre considerazioni (gruppi di pressione, legami culturali ecc.).
12. Spesso le imprese si uniscono per effettuare le offerte così da ripartire i rischi o da unire capacità tecniche complementari. In alcuni casi è possibile che i paesi ospitanti chiedano agli offerenti di unirsi tra loro per ottenere la licenza di prospezione. È anche possibile che i paesi ospitanti chiedano che alle compagnie petrolifere nazionali venga concessa una quota dei giacimenti eventualmente scoperti nel lotto per il quale viene concessa la licenza. In tutti i casi in cui viene concessa una licenza congiuntamente a più imprese si nomina un gestore per il lotto. Il ruolo del gestore è quello di gestire tecnicamente e finanziariamente la prospezione ed eventualmente le fasi di sviluppo e produzione del progetto. La maggioranza delle decisioni importanti richiede l'unanimità tra tutti i partecipanti al progetto.
13. Il tempo totale che intercorre tra la concessione di una licenza e l'effettiva produzione normalmente va dai 5 ai 15 anni. I costi dei progetti di prospezione e sviluppo possono attestarsi attorno ai 7 miliardi di EUR nelle cosiddette "aree di frontiera". La ripartizione delle spese tra la fase di prospezione e quella di sviluppo è solitamente del 15 % per la prima e dell'85 % per la seconda.
14. Va inoltre osservato che quando inizia la produzione in una nuova area è necessario svilupparvi infrastrutture. Queste comprendono in particolare le piattaforme petrolifere, le condotte e i terminali. I giacimenti di minori dimensioni il cui sviluppo autonomo non sarebbe economico possono essere sfruttati servendosi delle infrastrutture già installate per un giacimento di dimensioni maggiori. Questi piccoli giacimenti sono talvolta denominati "campi satellite". La prospezione nel mare del Nord ha in genere seguito questo modello.

---

6. Cfr. decisione della Commissione nel caso IV/M.1200 – Arco/Union Texas, GU n. C 16 del 21.1.1999, pag. 8; decisione della Commissione nel caso IV/M.88 – Elf Enterprise, GU n. C 203 del 2.8.1991; e decisione della Commissione nel caso IV/M.85 – Elf Occidental, GU n. C 160 del 20.6.1991.

## **MERCATI DEL PRODOTTO RILEVANTI**

15. Si sostiene spesso che la prospezione, lo sviluppo, la produzione e la vendita sono collegate troppo strettamente perché possano configurare vari mercati. È tuttavia possibile affermare che la prospezione costituisce un mercato distinto. In effetti si può sostenere che un'impresa impegnata nella prospezione ha due categorie di clienti: il paese ospitante, verso il quale si è generalmente impegnata a fornire in futuro un flusso di risorse nel caso in cui venga trovato petrolio o gas, e i successivi produttori e venditori di petrolio e gas, che possono acquistarli o prendere parte al processo di sviluppo e produzione. Il trasferimento dei diritti sui lotti è una pratica diffusa in questo settore.
16. Poiché al momento della prospezione non è noto cosa possa essere contenuto nel sottosuolo, la Commissione ritiene che non sia giustificato operare una distinzione tra la prospezione per la ricerca di petrolio e la prospezione per la ricerca di gas naturale. Per quanto riguarda i mercati del prodotto relativi allo sviluppo, alla produzione e alla vendita, poiché il gas e il petrolio greggio hanno applicazioni diverse e sono soggetti a politiche dei prezzi diverse nonché a vincoli di costo, la Commissione ha ritenuto opportuno, nella decisione di avvio del procedimento, distinguere fra mercato del prodotto rilevante relativo allo sviluppo, alla produzione e alla vendita di petrolio greggio e mercato del prodotto rilevante per lo sviluppo, la produzione e la vendita di gas naturale.
17. Le parti hanno messo in discussione l'esistenza di un mercato della prospezione, sostenendo che questa è connessa troppo strettamente alle fasi successive del processo produttivo per poter costituire un possibile mercato del prodotto. Come sarà illustrato in un'apposita sezione, per valutare gli effetti dell'operazione notificata sulla concorrenza, non è necessario definire con precisione i mercati del prodotto rilevanti secondo le varie fasi di prospezione, sviluppo, produzione e vendita rispettivamente del petrolio greggio e del gas naturale.

## **MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI**

18. La Commissione ritiene che il mercato della prospezione abbia dimensioni mondiali e concorda con le parti sul fatto che, dal punto di vista della domanda europea, l'ambito geografico rilevante ha dimensione mondiale in ordine allo sviluppo, alla produzione e alla vendita di petrolio greggio e comprende probabilmente il SEE, l'Algeria e la Russia per quanto riguarda il gas.
19. La Commissione ha esaminato se aree geografiche di dimensioni minori potessero costituire mercati rilevanti. Per ragioni di sicurezza nelle forniture, alcuni acquirenti adottano una politica di acquisti differenziati in riferimento all'origine del gas, sulla base dei rischi politici presunti e della loro influenza sulla sicurezza degli approvvigionamenti, per quanto riguarda il gas russo ed algerino (il 17 % del totale delle forniture dell'Europa occidentale proviene dalla Russia e il 12 % dall'Algeria). L'esempio più chiaro si trova nella legislazione spagnola, in base alla quale non più del 60 % della domanda di gas naturale può essere soddisfatto mediante rifornimenti da uno stesso paese. Non si può tuttavia escludere che un eventuale aumento del prezzo del gas prodotto nel SEE venga neutralizzato mediante un leggero incremento della percentuale di gas acquistato dalla Russia e dall'Algeria. In ogni caso si può lasciare aperta la questione della definizione esatta dell'ambito geografico rilevante

poiché ciò non modifica la conclusione cui si giunge nella valutazione sotto il profilo della concorrenza.

## **OPERATORI**

20. Tradizionalmente le imprese attive nella prospezione, nello sviluppo, nella produzione e nella vendita erano raggruppate in tre categorie aventi profili, obiettivi strategici e futura capacità di prospezione e sviluppo diversi, ossia i) i produttori di proprietà statale (soprattutto imprese OPEC e alcune imprese con sede in un paese OCSE come la Statoil ); ii) le "grandi imprese" ("*major*"), ossia compagnie petrolifere integrate verticalmente attive su scala internazionale e iii) un gran numero di compagnie petrolifere di dimensioni notevolmente inferiori, che per la maggior parte sono imprese di prospezione e/o produttori a monte non integrati.
21. Le riserve della Commissione relative alla salvaguardia della concorrenza sono dovute soprattutto al fatto che, a seguito dell'operazione notificata e di quella notificata da BP Amoco e Arco, è possibile che un altro (quarto) gruppo di operatori domini le attività di prospezione e sviluppo. Questo gruppo di "*super major*" potrebbe essere composto da Exxon-Mobil, BP-Amoco-Arco e Shell.

## **POSIZIONE DELLE PARTI SUL MERCATO**

### ***Prospezione***

22. Per quanto riguarda il mercato della prospezione non vi sono indicatori comunemente utilizzati o ammessi come valori di riferimento per determinare il potere di mercato. Il potere di mercato potrebbe essere misurato sulla base di criteri quali il numero di lotti per i quali sono state concesse licenze, il numero di lotti per i quali una data impresa svolge il ruolo di gestore, la superficie netta in acri, la superficie totale su cui opera, gli investimenti per la prospezione ecc. È opinione comune che i calcoli approssimativi basati sul numero di lotti o la superficie non siano affidabili perché si riferiscono a situazioni assai disparate.
23. Sulla base degli investimenti Exxon-Mobil, BP-Amoco-Arco e Shell rappresenterebbero assieme, con quote all'incirca equivalenti, tra il 30 % e il 40 % del totale degli investimenti per la prospezione, lo sviluppo e la produzione previsti per il 1999. Le dimensioni dell'operatore che si posizionerebbe alle loro spalle corrisponderebbero ad un terzo delle dimensioni medie dei tre principali operatori.
24. Le parti hanno contestato la correttezza di tale misurazione del potere di mercato per le seguenti ragioni. In primo luogo gli investimenti variano a seconda dei luoghi in cui si effettua la prospezione e ciò porta a sottovalutare le quote di mercato delle compagnie petrolifere nazionali nelle aree OPEC in cui i costi sono bassi. In secondo luogo gli investimenti spesso non riflettono la quota esatta dei diritti di licenza o della produzione. Infatti le compagnie petrolifere statali spesso pagano una quota degli investimenti che è sproporzionatamente più bassa della loro quota di diritti di licenza o della loro quota della produzione di petrolio greggio. In terzo luogo, tra gli investimenti sono spesso comprese spese per investimenti relativi, ad esempio, alla liquefazione del gas e alle infrastrutture e non solo somme investite esclusivamente nella prospezione.

25. Un'altra possibile misura del potere di mercato potrebbe consistere nel calcolo della quota di produzione prevista di tali imprese (dato che le prospezioni in corso e l'acquisto di diritti di terzi si tradurranno in produzione futura). Secondo l'indagine svolta sul mercato, fra dieci anni la quota di mercato complessiva della produzione non OPEC delle tre *super major* dovrebbe aggirarsi sempre attorno al 30-40 %.

### ***Produzione e vendita***

26. Exxon e Mobil deterrebbero insieme [0-10]\*% e [10-20]\*% rispettivamente della produzione mondiale di petrolio greggio e della produzione europea di gas naturale nel 1998. I valori corrispondenti sarebbero il 3,7% e l'8,4% per l'impresa risultante dalla fusione tra BP Amoco - Arco e il 13,9% per Shell. Tali dati non sono sostanzialmente mutati negli anni. Le tre *super major* controllano quasi il [30-40]\*% dell'intera produzione di gas naturale nel SEE. Tuttavia esse controllano meno del [20-30]\*% del gas naturale consumato nel SEE.
27. In questo settore le riserve accertate vengono spesso utilizzate come un indice del potere di mercato. Secondo tale calcolo le parti deterrebbero rispettivamente il [0-10]\*% e il [10-20]\*% delle riserve accertate mondiali di petrolio greggio e delle riserve accertate europee di gas naturale. Si potrebbe sostenere tuttavia che le riserve accertate non sono un indicatore pertinente della produzione futura. Le compagnie petrolifere affermano che le riserve accertate fungono solo da scorta e che, come qualsiasi altra impresa privata, le compagnie petrolifere private devono limitare al minimo le scorte. Le riserve accertate sono un indicatore del fatto che un'impresa è (o non è) in grado di sostituire i giacimenti petroliferi attualmente sfruttati e prevedibilmente destinati ad esaurirsi, continuando così ad occupare la sua posizione sul mercato. Tuttavia, le compagnie petrolifere nazionali non devono giustificare ai loro azionisti ulteriori investimenti nella prospezione e nello sviluppo, in quanto beneficiano delle riserve nazionali, che solitamente sono di gran lunga superiori alle loro esigenze. Pertanto un simile indicatore tende a sopravvalutare la posizione delle compagnie nazionali.
28. I produttori OPEC nel loro insieme hanno attualmente e avranno nel prossimo futuro un notevole potere di mercato nella produzione di petrolio greggio. Essi controllano una quantità considerevole della produzione e delle riserve accertate (rispettivamente circa il 40 % e il 75 %, mentre le riserve dell'Arabia Saudita rappresentano più di un terzo delle riserve OPEC). In alcune occasioni in passato l'OPEC ha potuto influenzare<sup>7</sup> i prezzi del petrolio greggio fino a un certo livello.
29. Gazprom (17%) e Sonatrach (11%), i fornitori statali russi e algerini, rappresentano il 30% circa delle vendite nel SEE di gas naturale e le loro riserve rappresentano l'88% (Gazprom 81,5%) delle riserve totali accertate che possono essere vendute nel SEE.

### **EFFETTI DELLA CONCENTRAZIONE SULLA CONCORRENZA**

30. La Commissione ha espresso seri dubbi riguardo agli effetti sulla concorrenza nei mercati della prospezione, dello sviluppo, della produzione e della vendita di petrolio greggio e di gas naturale. L'acquisizione notificata, insieme alla concentrazione BP

---

7. I prezzi sui mercati del petrolio greggio possono essere influenzati in maniera significativa anche da semplici dichiarazioni diffuse dopo una riunione dell'OPEC.



Amoco-Arco, potrebbe portare alla costituzione di una quarta categoria di concorrenti nel settore, composta da Exxon-Mobil, BP Amoco-Arco e Shell. Quali che siano i parametri presi in considerazione (capitalizzazione di mercato, produzione di petrolio e di gas, riserve accertate ecc.) vi è attualmente un concreto divario fra queste tre *super major* e le altre grandi compagnie petrolifere.

31. È stato esaminato se le tre *super major*, in futuro, potrebbero venire a trovarsi in una posizione privilegiata, rispetto agli altri operatori sul mercato, ai fini della scoperta e dello sviluppo di nuovi e importanti giacimenti. Ciò potrebbe essere il risultato della loro maggiore forza finanziaria, che consentirebbe loro di assumere un più ampio portafoglio di rischi, mentre gli altri concorrenti dovrebbero scegliere accuratamente le aree in cui intendono operare. A causa del loro meno agevole accesso al capitale e alla loro minore capacità di ripartire i rischi, le imprese più piccole, qualora intendano continuare a sviluppare giacimenti importanti, dovrebbero associarsi con le *super major* per beneficiare della loro combinazione di risorse. L'unica altra alternativa sarebbe quella di diventare operatori di nicchia, concentrandosi sulla prospezione. Di conseguenza le *super major* potrebbero finire per controllare l'accesso di altre imprese di prospezione alle nuove aree di frontiera, in primo luogo al momento della concessione delle prime licenze e poi per ulteriori lotti circostanti una volta costruita l'infrastruttura necessaria.
32. Poiché l'intervallo di tempo che intercorre fra i primi stadi della prospezione e l'inizio della produzione varia generalmente fra i 5 e i 15 anni, in un simile scenario è possibile che in una decina d'anni le nuove riserve e produzioni non OPEC siano influenzate in misura rilevante dalle *super major*.
33. Ciò potrebbe incidere sui mercati della produzione e della vendita nel modo seguente. La pressione concorrenziale che limita la capacità dell'OPEC di funzionare come un cartello verrebbe ridotta. Le tre compagnie in oggetto avrebbero i medesimi interessi dell'OPEC e potrebbero allinearsi alle decisioni di tale organizzazione limitando la produzione a un certo livello senza temere che altri operatori possano trarne vantaggio. Ciò si tradurrebbe nel rafforzamento della posizione dominante dell'OPEC sul mercato del petrolio greggio attraverso la costituzione di una struttura oligopolistica costituita dall'OPEC e dalle tre *super major*, che incoraggerebbe l'allineamento alle strategie commerciali dell'OPEC stessa. L'OPEC si troverebbe quindi nella posizione di aumentare e mantenere i prezzi al livello massimo che può essere raggiunto senza provocare nuove attività di prospezione.
34. In base a quanto precede, la Commissione ha concluso che l'operazione in oggetto sollevava forti dubbi riguardo alla sua compatibilità con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE e che essa andava pertanto esaminata in modo più approfondito.
35. Le parti hanno contestato i dubbi della Commissione con due argomenti fondamentali. In primo luogo, le *super major* si troverebbero ancora di fronte alla pressione concorrenziale di compagnie petrolifere più piccole. In secondo luogo, sono i paesi ospitanti a controllare la produzione di petrolio e di gas ed essi non avrebbero alcun motivo per fare diminuire la produzione delle compagnie petrolifere.
36. L'indagine svolta sul mercato ha confermato che le piccole imprese di prospezione non sembrano ritenere che il sorgere di una nuova categoria di *super major* possa

minacciare la loro posizione. In virtù delle loro diverse dimensioni, esse non sarebbero in concorrenza per lo stesso tipo di diritti di prospezione e non dipenderebbero dalle imprese di prospezione più grandi per la vendita del loro petrolio. Inoltre la capacità di prospezione e di sviluppo di giacimenti delle *major*, quali ad esempio Chevron, Texaco, Elf o Total, dovrebbe restare invariata ovunque nel mondo. Le parti hanno fornito numerosi esempi della partecipazione delle *major* in progetti in corso nel mondo intero.

37. In secondo luogo, l'indagine svolta sul mercato ha confermato che i tipici contratti di concessione fra Stati e imprese di prospezione-produzione vietano a queste ultime di limitare la propria produzione (e lasciano tale decisione al potere discrezionale dello Stato).
38. Per quanto riguarda il gas naturale, è improbabile che le parti, insieme alle altre *super major*, possano congiuntamente controllare la produzione SEE e che quindi la concorrenza possa venire pregiudicata. Anche se esistesse un tale mercato (alla luce dei rischi politici presunti relativi alla produzione di gas in Russia e Algeria), non potrebbe essere individuata alcuna posizione dominante collettiva delle *super major*, data la forte posizione del gas norvegese fornito dai concorrenti. Inoltre i produttori di gas naturale sono confrontati ad una domanda estremamente concentrata nelle mani delle imprese nazionali di trasporto all'ingrosso del gas quali SNAM (Italia) o Transgas (Portogallo).
39. La Commissione conclude pertanto che la concentrazione in oggetto non porterà alla costituzione o al rafforzamento di una posizione dominante sui mercati della prospezione, dello sviluppo, della produzione e della vendita di petrolio greggio e di gas naturale.

## B. TECNOLOGIA GTL ("GAS TO LIQUIDS")

40. Nella decisione adottata a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), la Commissione ha espresso seri dubbi riguardo alla possibilità che l'operazione notificata crei una posizione dominante in relazione alla tecnologia "*gas to liquids*".
41. La tecnologia "*gas to liquids*" ('GTL') è un processo di conversione del gas naturale in combustibili finiti. La tecnologia GTL permette di trasformare il gas naturale in una forma liquida sul luogo di prospezione e produzione, facilitando così lo sviluppo commerciale dei giacimenti e il trasporto del gas naturale da località remote che non sono accessibili tramite condotte. Questa tecnologia ha inoltre il vantaggio di generare prodotti di elevata purezza.
42. Attualmente i processi GTL non sono in grado di generare prodotti economici che possano sostituire i prodotti di raffinazione tradizionali. Si prevede che la domanda di prodotti GTL proverrà innanzitutto dall'industria petrolchimica e dal settore dei lubrificanti, per via dell'elevata purezza e della disposizione molecolare della carica generata dalla tecnologia GTL. Successivamente la domanda potrebbe riguardare gli altri prodotti petroliferi.
43. Esistono due processi GTL, ovvero la sintesi di Fischer-Tropsch ('F-T') e il processo metanolo-benzina ('MTG'), sviluppati rispettivamente da Exxon e da Mobil. Le informazioni raccolte sul mercato indicano che Exxon ha sviluppato il più ampio portafoglio di brevetti orientati al processo F-T e detiene brevetti esteri e statunitensi che riguardano essenzialmente ogni fase significativa del processo. Fonti del settore hanno dichiarato che [...]\*
44. Altre compagnie petrolifere e imprese di gas detengono posizioni brevettuali limitate riguardanti uno dei due processi e, talvolta, entrambi. Tuttavia nessuna di queste società detiene posizioni tali da coprire tutte le fasi essenziali di uno dei due processi.
45. Le posizioni brevettuali di Exxon e Mobil sono attualmente posizioni alternative, sebbene non sostituibili. Dopo la concentrazione, la forte posizione brevettuale delle parti avrebbe per effetto di scoraggiare l'entrata di nuovi operatori potenziali. Infine le ingenti risorse finanziarie necessarie per competere nel settore GTL (ad esempio, attualmente la costruzione di un impianto F-T costa [da 1 a 3]\* miliardi di USD) impedirebbero tanto l'espansione degli operatori già insediati (*incumbent*) quanto l'entrata di potenziali concorrenti nel mercato.
46. In risposta ai seri dubbi espressi dalla Commissione, le parti hanno spiegato che la tecnologia GTL non costituisce un mercato a se stante e che le quantità di prodotti petroliferi che potrebbero essere ottenuti con una simile tecnologia nel prossimo decennio sarebbero minime rispetto alle quantità prodotte con il processo di raffinazione tradizionale. Inoltre altre imprese deterebbero portafogli di brevetti sufficienti per sviluppare la tecnologia.
47. La Commissione conviene con le parti che la concentrazione notificata, anche nell'ipotesi in cui le parti detengano un portafoglio essenziale di brevetti GTL, non darà luogo ad alcuna posizione dominante dato il modesto impatto che produrrà sui mercati dei prodotti petroliferi.

## C. GAS NATURALE

### INTRODUZIONE

#### *Descrizione della “filiera del gas”*

48. Il gas naturale che sgorga dalla testa-pozzo contiene alcuni componenti che è necessario eliminare affinché il gas sia di qualità tale da potere essere trasportato nelle condotte (ovvero composto quasi esclusivamente da metano e etano) e possa essere iniettato nei gasdotti di distribuzione ad alta pressione. Questo gas è venduto alle imprese di trasporto all'ingrosso che, a loro volta, lo vendono ai consumatori finali.
49. Le imprese di trasporto all'ingrosso di gas si suddividono in due categorie: le imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza e le imprese di trasporto all'ingrosso a breve distanza. Le imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza acquistano il gas dai produttori e lo trasportano su lunghe distanze attraverso condotte ad alta pressione. Tali imprese, poi, vendono il gas o ad altri grossisti che operano a livello locale, ovvero le imprese di trasporto all'ingrosso a breve distanza, o direttamente agli utenti finali, oppure forniscono servizi di transito internazionale a lunga distanza ad altre imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza site in altri paesi.
50. Oltre alla fornitura del gas, i servizi offerti agli utenti finali includono:
  - Modulazione: il consumo di gas non è distribuito uniformemente nell'arco dell'anno. Questo aspetto è particolarmente importante per le imprese di distribuzione locali (LDC, *local distribution company*) che, attraverso la loro rete di condotte a bassa pressione, erogano il gas agli utenti domestici che necessitano di grandi quantità di gas in inverno, a scopo di riscaldamento, e di quantità nettamente inferiori nel periodo estivo. Un elemento chiave per garantire la modulazione è l'accesso allo stoccaggio, principalmente agli impianti di stoccaggio sotterraneo.
  - Altri servizi quali: controllo qualità (garantire che il gas fornito sia conforme alle specifiche), bilanciamento (garantire l'equilibrio fra i volumi di gas immessi nelle condotte e i volumi prelevati), supporto (accordi con altri grossisti e/o produttori interconnessi con la rete principale che garantiscono l'approvvigionamento nel caso in cui la fornitura principale venga meno) e lettura dei contatori.
51. Gli **utenti finali** possono essere raggruppati in tre categorie: impianti di produzione di energia elettrica, clienti industriali interrompibili o non interrompibili e LDC. Tali clienti si differenziano per i seguenti aspetti:
52. Fra le varie categorie di clienti si osservano *importanti differenziali di prezzo*, anche quando la domanda di gas è identica. Il motivo è che i prezzi sono da sempre basati sul valore della fonte di energia alternativa del cliente (“Anlegbarkeitsprinzip”), ovvero la fonte di energia alternativa a cui il cliente potrebbe convertirsi: olio per il riscaldamento domestico, olio combustibile denso per gli utenti industriali e, in una certa misura, energia nucleare o carbone per gli impianti di produzione di energia elettrica.

53. Esistono inoltre *differenze qualitative* nell'approvvigionamento delle varie categorie di clienti. A tale riguardo, si fa riferimento alla modulazione delle forniture destinate alle LDC e alla distinzione fra utenti industriali di gas non interrompibile (per i quali l'approvvigionamento del gas non può essere interrotto) e utenti industriali di gas interrompibile. Anche questi aspetti incidono sul prezzo.
54. L'ultima differenza riguarda il *quadro giuridico derivante dalla direttiva 98/30/CE del Parlamento europeo e del Consiglio*<sup>8</sup> (in appresso la "direttiva gas CE") e le *misure di attuazione nazionali (liberalizzazione)*. La direttiva gas CE chiede agli Stati membri di aprire i loro mercati entro il 10 agosto 2000 affinché, entro tale data, gli impianti a gas per la produzione di energia elettrica, a prescindere dal livello del loro consumo annuale, e gli utenti finali il cui consumo sia superiore a 25 milioni di metri cubi ("MMC") all'anno su una base di consumo per località possano liberamente stipulare contratti per il gas naturale (i cosiddetti "clienti idonei"). L'apertura di mercato complessiva deve essere pari ad almeno il 20%, salendo al 28% nel 2005 e al 33% nel 2010. La soglia fissata per i clienti idonei sarà ridotta a 15 MMC nel 2005 e a 5 MMC nel 2010.
55. Per l'organizzazione dell'accesso al sistema, gli Stati membri possono scegliere fra due procedure che devono essere applicate secondo criteri obiettivi, trasparenti e non discriminatori. La prima procedura consiste nell'"accesso negoziato", in base al quale le imprese di gas naturale e i clienti idonei negoziano accordi commerciali volontari e le imprese di gas naturale hanno l'obbligo di pubblicare le condizioni commerciali per l'utilizzo del loro sistema entro il 10/08/2001 e, successivamente, ogni anno. La seconda procedura consiste nell'"accesso regolamentato" in base al quale le imprese di gas naturale devono offrire l'accesso sulla base di tariffe pubblicate fissate da un'autorità competente dello Stato membro.
56. La direttiva prevede un'importante procedura derogatoria condizionale in base alla quale la Commissione può accettare, in talune condizioni, che le imprese di gas decidano di rifiutare l'accesso nel caso in cui esse versino in gravi difficoltà economiche e finanziarie per via degli impegni "take-or-pay" assunti in uno o più contratti di acquisto di gas.
57. Nei *Paesi Bassi* la proposta di una nuova legge sul gas, avanzata di recente, si spinge ben oltre i requisiti minimi previsti dalla direttiva gas. I consumatori con un consumo annuo pari a 10 MMC (che rappresentano il 44% del consumo annuo totale nei Paesi Bassi) possono già acquistare liberamente il gas. A decorrere dal gennaio 2002 potranno acquistare il gas liberamente i clienti con un consumo annuo compreso fra 170000 m<sup>3</sup> e 10 MMC. Dal gennaio 2007 tutti i consumatori (inclusi gli utenti domestici) saranno in grado di approvvigionarsi liberamente. Non esiste alcun regime speciale per gli impianti di produzione di energia elettrica. I Paesi Bassi hanno optato per l'"accesso negoziato" e Gasunie ha pubblicato le sue tariffe TPA (*Third party Access*) nell'agosto 1998.
58. In *Germania* le imprese di trasporto all'ingrosso godevano, per tradizione, di monopoli regionali e avevano concluso accordi di demarcazione regionale, in base ai quali ogni impresa di trasporto all'ingrosso si impegnavano a non intraprendere attività

---

8. GU n. L 204 del 21.7.1998, pag. 1.

all'ingrosso nel territorio designato delle altre contraenti. Questo tipo di accordo è vietato dal 29 aprile 1998, data in cui è entrata in vigore la legge che regola il settore dell'energia. Questa legge stabilisce che il mercato tedesco è aperto al 100%, ovvero che tutti i clienti sono "clienti idonei". Essa stabilisce inoltre che i comuni devono concedere diritti di passaggio per la costruzione di reti di condotte. In base alla nuova legge sulla concorrenza, i gestori della rete non devono negare ai terzi l'accesso alle reti in assenza di motivazioni obiettive. In caso di rifiuto, la questione può essere deferita all'autorità di concorrenza oppure direttamente al tribunale amministrativo. Dal febbraio 1999 le associazioni del settore negoziano la cosiddetta "Verbändevereinbarung Gas", che dovrebbe definire i criteri in base ai quali l'accesso (negoziato) sarà concesso ai terzi e stabilire prezzi indicativi.

### ***Quadro contrattuale***

59. Il settore europeo del gas ha operato sulla base di accordi contrattuali a lungo termine conclusi fra acquirenti e venditori. Le parti hanno indicato che, al fine di raggiungere la capacità finanziaria necessaria per investire nell'infrastruttura di produzione e distribuzione, i produttori di gas hanno dovuto concludere accordi a lungo termine con i loro acquirenti. Un giacimento di gas è messo in produzione soltanto se si trova un acquirente per il gas, in genere una o più imprese nazionali di trasporto all'ingrosso.
60. Tali accordi prevedono investimenti anche nella necessaria infrastruttura di distribuzione (terminali e condotte). I contratti sono conclusi con sufficiente anticipo rispetto all'effettivo avvio della produzione per consentire l'installazione della necessaria infrastruttura. A loro volta le imprese di trasporto all'ingrosso cercano di concludere contratti a lungo termine con i loro clienti in funzione del volume acquistato. Si può affermare che, per tradizione, le imprese di trasporto all'ingrosso hanno bilanciato la domanda con l'offerta .
61. Tipica caratteristica dei contratti a lungo termine sono gli impegni *take-and-pay* e *take-or-pay* relativi ai volumi. Il prezzo contrattuale su ciascun livello è generalmente costituito dal valore netto meno un margine concordato per il cliente. Un contratto prevederà inoltre meccanismi di riapertura triennale dei prezzi in base ai quali il prezzo può essere rivisto nel caso in cui si verifichi un cambiamento sostanziale nel mercato dell'acquirente (concorrenza fra imprese di gas, cambiamento nelle energie alternative e così via). I contratti contengono inoltre una clausola di vendita parallela, con la quale l'acquirente è autorizzato a ridurre i suoi obblighi di acquisto del volume di gas che il venditore vende direttamente nel territorio dell'acquirente. Le imprese di gas [ovvero gli acquirenti]\* sostengono che ciò è necessario per evitare che i produttori vendano il loro gas due volte (la prima volta all'impresa di trasporto all'ingrosso e la seconda volta direttamente al cliente dell'impresa di trasporto). Dall'altro lato tali accordi costituiscono un importante elemento di stabilità nella catena di distribuzione del gas, in quanto mantengono una certa gerarchia fra produttore, impresa di trasporto all'ingrosso e consumatore finale.
62. Il cosiddetto principio del valore di mercato, ossia la politica che consiste nel fissare i prezzi del gas sulla base delle energie alternative a disposizione dei clienti dell'acquirente, costituisce, secondo le imprese di gas europee, l'elemento chiave per spiegare la costituzione e l'espansione di un'infrastruttura del gas europea e, allo stesso tempo, permette ai consumatori di beneficiare di prezzi competitivi. Per le

imprese di gas già insediate è dunque fondamentale massimizzare così il flusso di entrate provenienti dalle vendite di gas e assicurarsi che tutte le imprese di gas osservino tale principio.

63. [...]\*

#### ***Breve panoramica della filiera del gas nei Paesi Bassi e in Germania***

64. I **Paesi Bassi** sono uno dei maggiori paesi produttori di gas del SEE e sono esportatori netti di gas. I produttori che detengono la maggiore quota della produzione nei Paesi Bassi sono NAM, una *joint venture* tra Exxon e Shell, e EBN, la compagnia di Stato che opera nel settore del petrolio e del gas. Exxon e Shell e lo Stato olandese (attraverso EBN e direttamente) possiedono Gasunie, l'impresa di distribuzione all'ingrosso a cui è venduto quasi tutto il gas olandese. Gasunie vende [l'80-90]\*% del gas consumato nei Paesi Bassi e possiede l'intera infrastruttura di trasporto all'ingrosso del gas olandese (ad eccezione di una condotta). Gasunie ha concluso accordi di fornitura in esclusiva a lungo termine con tutte le imprese di distribuzione regionali per quanto riguarda le vendite ai clienti con una domanda annua [al di sotto di un certo livello]\*.

65. In **Germania** la produzione di gas copre il 20% circa della domanda nazionale. I principali produttori sono BEB, la *joint venture* tedesca fra Exxon e Shell attiva nella produzione e nella distribuzione, e Mobil. L'80% circa del gas destinato al consumo è importato dalla Norvegia, dalla Russia e dai Paesi Bassi. La principale società di importazione e trasporto all'ingrosso in Germania è Ruhrgas, controllata da Exxon, Shell, Mobil e BP insieme ad alcuni produttori tedeschi di carbone e acciaio. Gli altri importatori sono BEB, Thyssengas (in cui Exxon e Shell detengono ciascuna una partecipazione del 25% e RWE-DEA una quota del 50% ; insieme queste società controllano Thyssengas) e VNG (l'impresa di trasporto all'ingrosso della Germania dell'est, di cui BEB e Ruhrgas sono azionisti). Anche Mobil e EWE, una società in cui le parti non detengono alcuna partecipazione, importano gas destinato al consumo tedesco. Tutte le società summenzionate sono le imprese tradizionali di trasporto all'ingrosso a lunga distanza, la cui posizione è stata minacciata da Wingas, una *joint venture* tra BASF e Gazprom (il produttore di gas russo), con la sua rete di condotte di recente costruzione.

66. Il gas è venduto dai produttori tedeschi e dalle imprese di trasporto all'ingrosso importatrici (le cosiddette “imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza”) ad una serie di imprese di trasporto all'ingrosso regionali (denominate “imprese di trasporto all'ingrosso a breve distanza”). Le imprese di trasporto a lunga e a breve distanza, che in totale sono circa 19, rivendono il gas a circa 700 LDC che, a loro volta, lo erogano agli utenti domestici.

#### **MERCATI DEL TRASPORTO ALL'INGROSSO**

##### ***Mercato del prodotto rilevante***

67. Le parti osservano che, nel settore della distribuzione e della commercializzazione del gas naturale, occorre distinguere fra trasporto all'ingrosso e distribuzione locale. Le imprese di trasporto all'ingrosso acquistano il gas dai produttori, per poi rivenderlo a un secondo gruppo eterogeneo composto da imprese all'ingrosso (nella fattispecie le imprese tedesche di trasporto all'ingrosso a breve distanza), distributori locali e utenti

finali di grandi dimensioni. Le imprese di trasporto utilizzano sistemi di condotte ad alta pressione e impianti di stoccaggio per fornire il gas nella quantità richiesta dai loro clienti e nel luogo da questi indicato. I distributori locali rivendono il gas agli utenti finali (ad esempio gli utenti domestici).

68. Le parti osservano che i distributori all'ingrosso e i distributori locali tendono ad essere diversi. Le parti non sono direttamente attive nella distribuzione locale.
69. Oltre alla distribuzione e alla commercializzazione del gas naturale, nella notifica le parti descrivono il “trasporto del gas naturale – condotte e trasporto LNG” e lo “stoccaggio del gas naturale” come mercati distinti. La Commissione conviene con le parti che il trasporto e lo stoccaggio del gas naturale costituiscono mercati del prodotto distinti.

(a) Mercato del trasporto all'ingrosso e mercato della distribuzione locale

70. Le imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza e le imprese di trasporto all'ingrosso a breve distanza vendono il gas attraverso gasdotti ad alta pressione a clienti industriali, impianti di produzione di energia elettrica e distributori locali. Le imprese di distribuzione locali rivendono il gas agli utenti finali, ad esempio clienti domestici e residenziali, attraverso la loro rete capillare (strada per strada) di condotte a bassa pressione. I distributori locali acquistano dai grossisti la modulazione e altri servizi correlati. La Commissione conviene pertanto con le parti che la distribuzione locale costituisce un mercato del prodotto a se stante. Poiché le parti non operano direttamente in tale mercato, questo mercato del prodotto non è sottoposto ad ulteriore valutazione nell'ambito del presente procedimento.

(b) Trasporto all'ingrosso a lunga distanza e a breve distanza: il trasporto all'ingrosso a lunga distanza costituisce un mercato del prodotto a se stante in cui l'accesso dipende dall'avviamento degli *incumbent* o da massicci investimenti sommersi

71. Come spiegato sopra, in Germania il settore della vendita all'ingrosso di gas naturale è strutturato secondo due livelli : le imprese di trasporto a lunga distanza vendono alle imprese a breve distanza il gas che hanno importato direttamente dai produttori esteri e trasportato attraverso condotte a lungo raggio. È necessario valutare se questo tipo di servizio possa essere facilmente sostituito dalle imprese a breve distanza nel caso di un ipotetico rialzo dei prezzi praticati a queste ultime. In tali circostanze, l'unico modo in cui le imprese a breve distanza potrebbero neutralizzare un rialzo dei prezzi sarebbe quello di approvvigionarsi direttamente dai produttori, ovvero integrarsi verticalmente verso l'alto. A tal fine le imprese di trasporto a breve distanza (o, eventualmente, i clienti finali) dovrebbero ottenere dai produttori di gas condizioni tariffarie simili a quelle applicate alle imprese di trasporto a lunga distanza ed essere in grado di trasportare il gas su lunghe distanze. A seguito dell'indagine svolta sul mercato, la Commissione conclude che, anche di fronte a un rialzo dei prezzi, le imprese di trasporto a breve distanza non sarebbero stimolate a scavalcare le imprese di trasporto a lunga distanza.

72. [...]\*

*(i) Il punto di vista delle parti: chiunque può importare gas*



73. Le parti osservano che il mercato rilevante consiste nella vendita di gas tedesco e di importazione da parte di circa 19 imprese di trasporto all'ingrosso a lunga e a breve distanza a clienti industriali, impianti di produzione di energia elettrica e distributori locali. Le parti osservano che le specifiche attività delle imprese di trasporto a lunga distanza sono nient'altro che una complicazione tecnica, in quanto chiunque è in grado di portare il gas fino al confine tedesco.
74. In primo luogo le parti indicano che è possibile importare quantità minime e fanno riferimento ad un paio di contratti di importazione riguardanti volumi ridotti quali [...]\*
75. In secondo luogo le parti osservano che i costi da sostenere per entrare nel mercato investendo in strutture ricettive, condotte e impianti di stoccaggio sono una caratteristica naturale di un settore ad alta intensità di capitale a lungo termine e non costituiscono un ostacolo all'entrata. Si citano, nello specifico, gli investimenti effettuati da Wingas per dimostrare che è ancora redditizio investire nell'infrastruttura del gas tedesca. Le parti sottolineano inoltre che non sono necessari investimenti per importare il gas [...]\*
76. In terzo luogo le parti rinviano alle disposizioni della nuova legge tedesca sull'energia ed evidenziano che i proprietari di gasdotti sono obbligati per legge ad offrire a terzi la capacità inutilizzata. Pertanto la vendita agli utenti finali in Germania è una possibilità concreta e si fa riferimento alle decisioni di alcuni distributori locali che hanno scelto di acquistare direttamente dai produttori, come pure al fatto che i gruppi industriali centralizzano gli acquisti.

*(ii) Questo punto di vista non è comprovato dall'indagine che la Commissione ha condotto sul mercato*

77. L'indagine di mercato non ha avvalorato il punto di vista espresso dalle parti, secondo cui importare il gas sarebbe una mera "complicazione tecnica". Le seguenti dichiarazioni sono state rese da alcune delle 11 imprese tedesche di trasporto all'ingrosso a breve distanza:
- Per ottenere prezzi interessanti attraverso un contratto di importazione, attualmente si è costretti ad acquistare quantità assai ingenti con obblighi di acquisto e, fra l'altro, investimenti propri o partecipazioni finanziarie in progetti o società. Tale attività è dunque tipica di società che aggregano una grossa domanda e che dispongono di notevoli mezzi finanziari per sopportare i rischi sui costi correlati alle importazioni. Quando si importa, la sicurezza nelle forniture, ottenuta attraverso la diversificazione delle fonti di approvvigionamento, è molto importante.
  - Per importare sarebbe necessario disporre di una rete parallela di condotte verso i produttori (o verso i punti di trasporto alla frontiera) o di un contratto TPA. L'impresa di trasporto all'ingrosso a breve distanza non potrebbe preventivare i costi e i tempi necessari.
  - In Germania è difficile vendere ai clienti quantità ulteriori di gas importato, giacché tali quantità possono essere destinate soltanto ai distributori regionali. Vendere il gas direttamente ai consumatori finali è possibile soltanto a prezzo di notevoli sforzi e attualmente si dimostra irrealistico.
78. Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti ("la risposta"), le parti hanno nuovamente sottolineato che è possibile acquistare volumi ridotti, che i costi di importazione sono immediatamente noti (mediante ricerche condotte in proprio o attraverso le società di consulenza esistenti), che i costi dell'infrastruttura di

importazione sono generalmente inferiori allo [0-5]\*% e che le forniture e i clienti sono accessibili (la domanda è in aumento e i contratti in corso giungono a scadenza). La Commissione conferma che è possibile calcolare i costi di importazione. Gli altri aspetti sono trattati nei considerando che seguono.

79. Si può osservare che in un recente procedimento<sup>9</sup> il Bundeskartellamt (ufficio federale per il controllo delle intese) ha concluso che il mercato del trasporto all'ingrosso a lunga distanza costituisce un mercato del prodotto rilevante distinto.

*(iii) Il gas tedesco non può contrastare un rialzo dei prezzi del gas importato*

80. Tutto il gas tedesco è venduto in Germania, dove compete con il gas importato. Tuttavia la produzione di gas tedesco rappresenta attualmente il 20% circa del consumo totale di gas e si prevede che tale percentuale scenderà a [meno del 15]\*% entro il 2010. Le imprese di trasporto all'ingrosso che intendono soddisfare la domanda dei loro clienti necessitano pertanto di un sempre maggiore accesso al gas importato, ovvero ai servizi delle imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza.

81. Inoltre il gas tedesco è in larghissima misura impegnato con le imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza cosicché, in genere, la quantità di gas tedesco a disposizione delle altre imprese è troppo esigua per potere contrastare un rialzo dei prezzi del gas importato. La produzione e i giacimenti di gas tedeschi sono controllati per circa il [70-80]\*% dalle imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza BEB ([40-50]\*%) e Mobil ([20-30]\*%). Il rimanente [20-30]\*% della produzione tedesca (che assorbe il [0-10]\*% circa della domanda interna) appartiene a RWE-DEA (intorno al 7,5%), Wintershall e Preussag (intorno al 5,5% ciascuna) e Erdöl-Erdgas Gommern (circa il 4,5%). RWE-DEA si impegna a vendere a Ruhrgas il 60% della sua produzione annua, Preussag il 45%. La produzione di Erdöl-Erdgas Gommern è in massima parte venduta attraverso VNG, un'altra impresa di trasporto all'ingrosso a lunga distanza.

*(iv) L'accesso al gas estero a condizioni competitive non è e non sarà fattibile dopo la concentrazione: l'entrata di potenziali nuovi operatori nel mercato del trasporto all'ingrosso a lunga distanza dipende dai servizi degli incumbent*

82. L'attività quotidiana di qualunque grossista a breve distanza dipende, in misura significativa, dalla rete di condotte, dagli impianti di stoccaggio e da altri servizi forniti dalle imprese di trasporto a lunga distanza. Contrariare questi indispensabili fornitori scavalcandoli per quanto riguarda una parte dei loro servizi sarebbe una decisione rischiosa perché essi potrebbero attuare ritorsioni.

83. Esiste, tuttavia, un'impresa di trasporto all'ingrosso a breve distanza che non dipende dai servizi delle imprese di trasporto a lunga distanza. Si tratta della società **Erdgas Münster** (EGM), che vende il gas tedesco prodotto dai suoi azionisti, ovvero i più importanti produttori di gas tedeschi: BEB ([20-30]\*%), Mobil ([20-30]\*%),

---

9. Gli aspetti relativi al carbone e all'acciaio sono stati esaminati dalla Commissione nel caso IV/ECSC.1252 – RAG/Saarbergwerke. La decisione tedesca è riassunta nella relazione di lavoro biennale di BkartA e nel suo comunicato stampa del 4 febbraio 1998.

Wintershall ([20-30]\*%), Preussag ([10-20]\*%) e RWE-DEA ([0-10]\*%). Gli azionisti hanno l'obbligo di vendere attraverso EGM la totalità della loro produzione in una specifica area del nord ovest della Germania ([che rappresenta meno del 10%]\* del consumo totale di gas tedesco) e, in tal modo, la società vede garantite le proprie forniture di gas [...]\*.

84. [...]\*, BEB e Mobil, dopo l'operazione di concentrazione, controllerebbero le decisioni strategiche di EGM. Tali decisioni includono la posizione di EGM in un futuro mercato liberalizzato (si veda in appresso). Le parti sostengono che non acquisirebbero il controllo di EGM in quanto [...]\*. Questo ragionamento non può essere accettato. Exxon esercita il controllo comune, ai sensi del regolamento sulle concentrazioni, su BEB e inoltre sarebbe sensato, sotto il profilo economico, che Shell accettasse di [...]\* poiché, in tal modo, anche Shell ricaverebbe vantaggi dalla possibilità di controllare EGM.
85. Sebbene Mobil e BEB siano imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza, la posizione di Mobil sul mercato è notevolmente ridotta rispetto a quella di BEB. Pertanto Mobil avrebbe interesse, prima della concentrazione, a preservare la possibilità di utilizzare EGM come strumento in un futuro mercato liberalizzato. Dunque gli interessi di BEB e Mobil non sono necessariamente allineati. Tale capacità di porsi come potenziale concorrente verrebbe meno, a seguito della fusione, con l'istituzione di un controllo formale su EGM.
86. Le parti hanno inoltre citato alcune gare d'appalto indette direttamente da un paio di distributori locali relativamente più piccoli e rivolte a fornitori esteri. Nell'ambito della gara le imprese di distribuzione locale, tutte clienti di Wingas, sollecitano offerte per la fornitura di gas fino al confine tedesco e indicano che sarebbero loro stesse a organizzare il trasporto all'interno della Germania. Un altro esempio citato dalle parti è la decisione di Stadtwerk ("SW") Viernheim di acquistare direttamente. Tuttavia dall'indagine condotta dalla Commissione emerge che queste gare sono state infruttuose.
87. Il fatto che possano essere indette gare sporadiche non significa, dunque, che i distributori locali considerino fattibile trasportare da soli il gas all'interno della Germania né che essi ritengano di agire in regime di concorrenza con gli *incumbent*.
88. I produttori che volessero entrare nel mercato non contano soltanto sulle imprese tedesche per vendere il loro gas in Germania ma contano anche, in misura variabile, sugli operatori insediati per fare transitare il gas verso altri mercati di esportazione. Ad esempio il gas olandese transita nelle condotte degli *incumbent* tedeschi per raggiungere la Svizzera e l'Italia (e possibilmente persino la Polonia), il gas norvegese transita dalla Germania diretto in Svizzera e il gas russo transita dalla Germania diretto in Francia.

*È improbabile che le imprese di dimensioni minori ottengano prezzi o volumi interessanti o che i fornitori tradizionali scavalchino gli incumbent*

89. I contratti *take-or-pay* e *take-and-pay* a lungo termine (10, 20 o 30 anni) in base ai quali l'obbligo di acquisto dell'impresa di trasporto all'ingrosso viene ridotto della quantità che il produttore vende direttamente (o attraverso altre imprese) nell'area in cui opera l'impresa di trasporto (in base alle cosiddette "clausole di vendita parallela") accrescono gli ostacoli all'approvvigionamento di altre imprese.
90. Inoltre i fornitori non hanno alcun interesse a scavalcare i loro clienti tradizionali se tale scelta può condurre ad una concorrenza fra imprese di gas che ridurrebbe i prezzi ottenibili sul mercato. E se il fornitore non intende offrire prezzi più bassi, il cliente non è motivato a sostituirlo al suo fornitore abituale. La concorrenza fra imprese di gas e la diminuzione dei prezzi sono quindi il risultato più probabile. Poiché al produttore viene pagato il prezzo netto, tale diminuzione dei prezzi si ripercuoterebbe su tutte le vendite di gas. Vendere il gas a nuovi operatori che si affacciano sul mercato mette dunque i produttori a rischio di una probabile concorrenza a livello di prezzi che sarebbe dannosa. [...]\*
91. Secondo [...]\*, le clausole di vendita parallela incoraggiano l'impresa di trasporto all'ingrosso e il fornitore a contendersi lo stesso utente finale e dunque favoriscono la concorrenza. Tuttavia tale concorrenza può realizzarsi soltanto se l'utile che il fornitore realizza sulle sue vendite dirette compensa ampiamente tanto la perdita a breve termine del valore netto sul volume residuo di vendita all'impresa di trasporto all'ingrosso, definito per contratto, quanto il rischio a lungo termine di perdere di vendere il gas all'impresa di trasporto all'ingrosso nel momento in cui scade il contratto in corso. Questa evenienza è improbabile e dunque anche le clausole di vendita parallela costituiscono un ostacolo all'entrata.
92. La Commissione osserva inoltre che tre dei più importanti grossisti a lunga distanza tedeschi hanno acquistato in comune una quantità sostanziale del loro gas non tedesco da produttori norvegesi, danesi e russi (Ruhrgas [...]\*%, BEB [...]\*% e Thyssengas [...]\*%). Combinando la loro domanda, i consorzi dovrebbero essere in grado di ottenere, attraverso contratti a lungo termine, prezzi migliori di quelli ottenibili da qualunque altra impresa che negozi il contratto da sola. Le parti dissentono con questa posizione e segnalano che i prezzi di acquisto non sono correlati ai volumi ma dipendono dai prezzi dei combustibili alternativi. La Commissione non può accettare tale argomentazione giacché essa, se portata all'estremo, implicherebbe che nel settore europeo del gas non può esistere una concorrenza a livello di prezzi in quanto tutti applicherebbero lo stesso prezzo, ovvero il prezzo dei combustibili alternativi. Chiaramente la realtà è ben diversa, in quanto le parti possono liberamente valutare i parametri del prezzo del gas, ricollegandosi addirittura agli indici dei prezzi dei combustibili alternativi.
93. Occorre inoltre osservare che gli acquisti in comune rendono meno appetibile per il produttore scavalcare le imprese di trasporto all'ingrosso per vendere direttamente o indirettamente ad altri sul territorio di queste ultime. Infatti quando più imprese combinano i loro acquisti, il produttore rischierebbe di perdere tutti i suoi clienti anche qualora decidesse di scavalcare soltanto uno di loro.
94. Anche se, come sostengono le parti, altri operatori insediati quali VNG e Mobil possono acquistare il gas direttamente e singolarmente a prezzi simili, ciò non significa che anche i nuovi operatori possano fare altrettanto. Gli *incumbent* cercheranno di sfruttare la propria posizione e influenza nei confronti dei produttori

per indurli a non rifornire i concorrenti. Wingas ha spiegato che, alcuni anni fa, aveva concluso un contratto per la fornitura di gas norvegese ma che la GFU (l'organizzazione di vendita del gas norvegese) vi si era opposta. Inoltre [...] ha dichiarato che “[...] continuerà a tentare di impedire che [...] possa acquistare il gas [...]”.

95. Anche qualora vengano conclusi contratti per l'acquisto di nuovi volumi, le imprese di trasporto a lunga distanza hanno stipulato contratti di fornitura a lungo termine (di tipo "take-or-pay") con i clienti più importanti (imprese di fornitura a breve distanza, distributori locali ecc.). Potrebbe dunque essere difficile vendere il gas acquistato e dunque questi contratti a lungo termine costituiscono un ulteriore ostacolo all'entrata nel mercato a lunga distanza. La Commissione constata che tutti questi contratti sono a tempo determinato e che la domanda di gas cresce del 2-3% l'anno. Pertanto questi contratti non costituiscono un ostacolo insormontabile all'entrata ma è innegabile che rendano più difficile l'entrata di nuovi operatori rispetto ad un mercato in cui non esistono impegni a lungo termine fra acquirenti e venditori.
96. Infine le imprese tedesche di trasporto a lunga distanza hanno investito somme ingenti negli ultimi anni e probabilmente continueranno su questa strada nell'ambito dell'integrazione verticale a valle acquisendo partecipazioni nelle imprese di trasporto a breve distanza e nelle imprese di distribuzione locali. [La Commissione osserva che] tale scelta è volta a preservare l'attuale struttura dell'approvvigionamento e accrescerà ulteriormente gli ostacoli all'entrata nel mercato.

*(v) L'accesso all'infrastruttura e la duplicazione delle infrastrutture non sono soluzioni alternative*

*La duplicazione delle infrastrutture comporterebbe eccessivi costi sommersi*

97. Gli ingenti **capitali investiti** dagli *incumbent* in strutture ricettive, condotte, impianti di stoccaggio nonché per l'adeguamento della qualità non possono essere utilizzati per nessun altro scopo, anche se alcuni gasdotti potrebbero essere convertiti con un investimento sostanziale nelle vecchie condotte. L'investimento può dunque essere sostanzialmente considerato un costo sommerso.
98. Le parti segnalano che i costi di accesso al mercato del gas non possono ragionevolmente essere considerati un ostacolo all'entrata, in quanto il costo delle infrastrutture di importazione è in genere inferiore al [...] del valore del gas acquistato. Tuttavia le infrastrutture di trasporto non sono le uniche infrastrutture necessarie (la parte più importante potrebbe essere costituita dalla rete di condotte a lunga distanza) e resta il fatto che gli ingenti investimenti di capitale sono sostanzialmente un costo sommerso.
99. Inoltre è comunque più economico e veloce per gli *incumbent* aumentare la capacità di trasporto nelle condotte mediante l'aggiunta di compressori di quanto non sia per un nuovo operatore costruire una nuova condotta.
100. Pertanto è improbabile che un nuovo operatore inizi a costruire una nuova e potente rete di condotte ad alta pressione in Germania. In altri termini, l'“esperienza Wingas” difficilmente sarà ripetuta. Wingas è il risultato di una sorta di “fortunata combinazione” fra un grosso (e forse il maggiore) cliente industriale di gas tedesco

che era insoddisfatto dei prezzi prevalenti sul mercato e un grosso produttore russo che aveva un conflitto di interessi con gli operatori insediati. Questo conflitto di interessi sarà illustrato più dettagliatamente nella sezione dedicata alla valutazione sotto il profilo della concorrenza.

101. Inoltre il valore netto che il fornitore può aspettarsi di ottenere rinnovando il contratto con l'impresa di trasporto all'ingrosso originaria è superiore al presunto valore netto ottenibile da un contratto con un nuovo operatore che debba investire nuovi capitali (e che dunque ricercherà un margine più elevato). Inoltre il nuovo operatore dovrebbe “lottare” per vendere i suoi volumi di gas, con il risultato che i prezzi diminuirebbero per tutti gli operatori presenti sul mercato, il che si rifletterebbe nuovamente in un minore valore netto per il produttore.

*L'accesso di terzi (TPA) proposto dal settore avrà un impatto minimo sulla capacità dei clienti di importare direttamente il gas in concorrenza con le imprese di trasporto a lunga distanza*

102. Ai fini della presente decisione, la Commissione non è convinta che la probabile conclusione della Verbändevereinbarung Gas (VV Gas) determinerà l'entrata di nuovi operatori nel mercato attraverso l'**accesso di terzi**. Tale conclusione si basa sulla situazione attualmente constatata, in particolare sulla proposta avanzata dall'industria tedesca del gas nell'ambito dei negoziati VV Gas.
103. VV Gas è un'iniziativa di quattro federazioni di categoria: (a) BGW, l'associazione delle imprese tedesche di distribuzione di gas e acqua; (b) VKU, l'associazione delle imprese di distribuzione locali; (c) BDI, l'associazione dell'industria tedesca (consumatori industriali) e (d) VIK, l'associazione tedesca dei produttori di energia elettrica. La Germania ha optato, nel quadro della direttiva gas, per un “TPA negoziato” e la VV Gas si prefigge di fissare gli orientamenti in merito. L'autorità tedesca per la concorrenza e/o la Commissione dovranno valutare la VV Gas quando sarà stata adottata. Scopo della VV Gas, come indicato in una lettera congiunta inviata dalle quattro federazioni al Ministero tedesco degli affari economici, è “lanciare un segnale al mondo politico indicando che non è necessario regolamentare ulteriormente il settore del gas naturale. La VV Gas soddisferà ai criteri di un accesso orientato al mercato, concorrenziale, equo, trasparente e semplice e pertanto deve contribuire allo sviluppo di una borsa del gas naturale. La VV Gas conterrà i principi e le norme di base per l'accesso alla rete, oltre ad un calcolo semplice delle tariffe. La VV Gas sarà ultimata entro la fine del 1999”.
104. Nonostante questa dichiarazione congiunta, non sembra possibile concludere, sulla base del “caso di riferimento” sviluppato dall'industria del gas, che attraverso questo tipo di TPA sarà possibile importare gas in concorrenza con gli *incumbent*.
105. In primo luogo nel caso di riferimento si sostiene che il TPA è possibile soltanto se esiste la disponibilità di condotte e che dovranno essere presi in considerazione contratti *take-or-pay* a lungo termine. L'indagine condotta sul mercato rivela che è difficile valutare se vi siano condotte disponibili e che gli *incumbent* hanno stipulato contratti *take-or-pay* a lungo termine che coprono fino al 100% della loro domanda. La VV Gas, pertanto, non comprometterà in misura sostanziale la posizione degli operatori insediati.
106. In secondo luogo il caso di riferimento indica che il gas di terzi deve essere compatibile con le specifiche del gas nella rete di condotte pertinente del proprietario

dei gasdotti. Si precisa che “il gas deve poter essere immesso nella condotta senza alcun adattamento da parte del trasportatore, deve avere una pressione che consenta di prelevarlo senza alcun adattamento da parte del trasportatore e deve potere essere utilizzato insieme ad altro gas presente nella rete”. Questi criteri potrebbero essere difficili da soddisfare viste le diverse caratteristiche del gas attualmente commerciato in Germania (si veda in appresso la trattazione sul gas LCV/HCV e il fatto che tanto il gas LCV quanto il gas HCV sono attualmente venduti in Germania nell'ambito di diverse specifiche distinte). Il gas naturale, dunque, non è un prodotto completamente omogeneo e la natura e l'attuabilità del TPA nel settore dell'elettricità e delle telecomunicazioni sono diverse rispetto al TPA nel settore del gas. Come indicato in un documento presentato dalle parti, “una delle principali differenze rispetto alla VV Elettricità è che per il gas è necessario un contratto distinto con ciascun gestore di rete gas e che le diverse specifiche del gas e le differenze di pressione al punto di ingresso e al punto di uscita complicano l'organizzazione concreta”

107. In terzo luogo la durata di un contratto di trasporto deve essere di almeno un anno, con due date di inizio ogni anno (1° ottobre e 1° aprile). Si può dunque notare che i contratti TPA includeranno sempre il picco di utilizzo nella stagione invernale e dunque è molto probabile che le condotte funzionino a capacità massima. Inoltre scopo precipuo di tale requisito è impedire lo sviluppo di un mercato a pronti. Lo sviluppo di un mercato a pronti, infatti, provocherebbe uno squilibrio nel sistema tradizionale. Il ruolo delle imprese di trasporto all'ingrosso sarebbe particolarmente compromesso, giacché un mercato a pronti faciliterebbe i contatti diretti fra il consumatore finale e il produttore, con il risultato di un minore margine per il grossista. [...] \* La VV Gas non prevede nulla del genere.
108. In quarto luogo “[...]”.
109. Infine la VV Gas non prevede l'accesso allo stoccaggio, l'accesso a servizi di adeguamento della qualità (conversione di LCV/HCV) né servizi di supporto.
110. Nella loro risposta le parti sottolineano che l'accordo finale sulla VV Gas richiederà il sostegno degli utenti finali, del Bundeskartellamt e del governo tedesco. Poiché sono molti i portatori di interesse coinvolti, le parti non capiscono l'ipotesi formulata dalla Commissione, secondo la quale l'esito dei negoziati non faciliterà né il TPA né la concorrenza. La Commissione deve compiere la sua valutazione sulla base delle informazioni in suo possesso. Tali informazioni sono costituite dal caso di riferimento del settore del gas. Pertanto basare una valutazione su qualsiasi altro elemento sarebbe pura congettura.

### Conclusioni

111. La Commissione conclude che il mercato tedesco del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale costituisce un mercato del prodotto distinto.

### ***Gas a potere calorifico inferiore e gas a potere calorifico superiore***

112. Nel corso dell'indagine, varie terze parti hanno sostenuto che, nel valutare l'impatto dell'operazione sui mercati europei del gas, sarebbe opportuno operare una distinzione fra il cosiddetto gas a potere calorifico inferiore (Low Calorific Value o LCV) e il cosiddetto gas a potere calorifico superiore (High Calorific Value o HCV). La Commissione conviene con le parti che il gas LCV e il gas HCV appartengono ad un unico mercato del gas naturale. La Commissione ha raggiunto tale conclusione

sulla base della sostituzione dal lato della domanda. In altri termini, un relativo incremento del prezzo del gas LCV compreso fra il 5 e il 10% diventerebbe antieconomico in quanto i consumatori nell'area di riferimento in Germania<sup>10</sup> potrebbero convertirsi al gas HCV.

113. La distinzione fra gas LCV e gas HCV risale alla scoperta (1959) e allo sfruttamento (1963) dell'imponente giacimento di gas LCV di Groningen nei Paesi Bassi, che è il più grande giacimento di gas in Europa e uno dei maggiori al mondo. La scoperta di questo giacimento ha segnato la nascita dell'industria europea del gas naturale. L'intero consumo di gas naturale si è orientato dunque verso un tipo di gas con le caratteristiche del gas di Groningen. Tuttavia la classificazione del gas LCV va ben oltre la semplice distinzione fra gas con potere calorifico superiore al gas di Groningen e gas con potere calorifico inferiore al gas di Groningen. Sulla base della definizione di gas a potere calorifico inferiore utilizzata in Germania (DVGW-codice di prassi G 260/I – Qualità del gas), viene definito gas LCV un gas con un indice di Wobbe non superiore a 13 kWh/m<sup>3</sup>.
114. Le specifiche del gas (di Groningen o LCV) hanno un impatto sull'intera “filiera del gas” a valle. Le condotte ad alta pressione (che trasportano il gas su lunghe distanze), gli impianti di stoccaggio sotterraneo, i gasdotti a bassa pressione (che consentono di erogare un gas a bassa pressione utilizzabile dai bruciatori per uso domestico) e l'impianto con il quale il gas è fruito dal consumatore finale sono stati concepiti per funzionare unicamente con gas LCV o con gas HCV.
115. Le successive scoperte di giacimenti hanno portato alla luce una qualità di gas diversa con potere calorifico più elevato, in quanto contiene una minore quantità di azoto inerte. In effetti il gas LCV è stato trovato soltanto in altri giacimenti *onshore* nei Paesi Bassi e nel nord-ovest della Germania. Oggi esistono ancora specifiche filiere di gas LCV nei Paesi Bassi, nel nord-ovest della Germania, in una parte del Belgio (nelle province di Anversa e del Limburgo) e in una parte della Francia (Nord – Pas de Calais).

Sostituibilità dal lato della domanda : conversione della filiera del gas dal gas LCV al gas HCV

*(a) Un relativo incremento permanente del prezzo del gas LCV accelererà il processo di sostituzione in corso*

116. Le parti hanno fornito tabelle che illustrano come, dal 1975, in Germania il consumo di gas LCV sia costantemente sostituito dal consumo di gas HCV. Tali tabelle si basano sulle statistiche del settore, che indicano il volume assoluto e il volume relativo dei vari tipi di gas (HCV, LCV, gas per forno a coke e altre tipologie di gas)
117. Fatte queste premesse, si tratta di capire quale sarebbe la reazione di un'impresa di trasporto all'ingrosso di fronte ad un rialzo dei prezzi da parte dei produttori di gas LCV. La reazione dell'impresa di trasporto sarà influenzata dalla possibilità di cominciare a servirsi da un produttore di gas HCV e dagli stimoli derivanti dalla

---

10. Ai fini della valutazione del presente caso non è necessario stabilire se esista un mercato separato del gas LCV e del gas HCV nei Paesi Bassi, dato che l'esito della valutazione non sarebbe sostanzialmente diverso.



possibilità che i suoi clienti si rivolgano ad un'altra impresa di trasporto all'ingrosso che possa fornire gas HCV più economico.

118. Premesso che è tecnicamente facile convertire un'intera rete di gasdotti LCV nella tecnologia HCV, il principale vincolo per un'impresa di trasporto all'ingrosso che intenda modificare la sua infrastruttura è rappresentato dallo stoccaggio sotterraneo. Sorge il problema di sostituire il gas LCV stoccato con il gas HCV. Secondo le parti la conversione è semplice e immediata. Secondo Wingas tale conversione richiede tempo (in genere tre cicli di stoccaggio, ovvero due anni per gli impianti in questione) ed è costosa (dato il diverso contenuto calorifico del gas estratto quando il gas HCV viene iniettato in un impianto LCV).
119. Tuttavia già prima che si concluda il terzo ciclo di stoccaggio è probabile che il gas estratto sia di qualità HCV. Inoltre tutte le imprese di trasporto all'ingrosso sanno che è possibile “miscelare il gas” (aggiungendo il gas LCV al gas HCV per ottenere un gas HCV con un potere calorifico più basso ma pur sempre nei limiti previsti per il gas HCV, o viceversa) per raggiungere la qualità voluta. Per le imprese, dunque, può essere piuttosto semplice adeguare il gas che estraggono dai loro impianti di stoccaggio durante il periodo di conversione semplicemente miscelandolo affinché mantenga le caratteristiche del gas LCV o HCV. Si può immaginare che all'inizio le imprese sarebbero in grado di aggiungere gas LCV per mantenere il gas estratto entro i valori del gas LCV e che aggiungerebbero progressivamente gas HCV affinché il gas estratto soddisfi le specifiche del gas HCV. Probabilmente questo procedimento ridurrebbe notevolmente i costi di conversione.
120. Sulla base delle suddette informazioni, la Commissione conclude che, di fronte ad un relativo aumento permanente del prezzo del gas LCV rispetto al gas HCV, i vincoli tecnici cui sono confrontati i proprietari degli impianti di stoccaggio del gas LCV tedeschi non sono tali da impedire la sostituzione con il gas HCV. Pertanto il relativo incremento di prezzo contribuisce ad accelerare la conversione che è destinata, presto o tardi, a verificarsi.

*(b) I clienti delle imprese di trasporto all'ingrosso che forniscono gas LCV possono scegliere, in alternativa, di acquistare gas HCV da Wingas nell'area tedesca di riferimento.*

*Conversione dei clienti industriali e degli impianti di produzione di energia elettrica*

121. L'indagine condotta sul mercato ha confermato che i costi di conversione che la maggioranza dei clienti industriali e degli impianti di produzione di energia elettrica dovrebbe sostenere per adeguare i propri bruciatori rappresentano una percentuale minima della loro bolletta annuale del gas. Per un importante cliente industriale o impianto di produzione di energia elettrica potrebbe quindi essere economicamente fattibile fare costruire un nuovo gasdotto dedicato che colleghi il cliente ad una condotta HCV ad alta pressione situata in prossimità (entro un raggio massimo di 50 km). Si tratta dunque di stabilire se nelle vicinanze esistano condotte HCV di proprietà di imprese diverse da quelle che hanno un interesse nella distribuzione di gas LCV. Se è così, per non correre il rischio di perdere clienti a vantaggio di un'altra impresa di trasporto all'ingrosso, l'impresa di trasporto di gas LCV “incumbent” sarà

più propensa ad effettuare essa stessa la conversione (qualora il produttore aumenti il prezzo) oppure eviterà un aumento di prezzo che si rivelerebbe controproducente.

122. Per quanto riguarda la domanda industriale di gas, occorre operare una distinzione fra Nord-Reno-Westfalia (NRW) e Bassa Sassonia. Nel NRW le vendite di gas per km<sup>2</sup> sono circa tre volte più elevate che nella Bassa Sassonia e il numero di clienti industriali per km<sup>2</sup> è di 2,5 volte maggiore. Nel NRW le condotte “Wedal” e “Midal” di Wingas sono probabilmente alla portata di un numero di clienti sufficiente perché sia possibile effettuare la conversione. Inoltre l'impianto di stoccaggio sotterraneo di Wingas è ubicato a Rehden, al confine fra NRW e Bassa Sassonia. Pertanto la società può garantire ai suoi clienti dell'area NRW/Bassa Sassonia un approvvigionamento modulato. Nella Bassa Sassonia Wingas dispone inoltre di una propria rete di condotte HCV ad alta pressione. L'unica area di rilievo probabilmente non raggiungibile da questa rete sembra essere l'area di Hannover. Tuttavia la copertura della rete sembra essere sufficiente a rendere antieconomico un aumento dei prezzi.
123. Resta comunque il fatto che è necessario costruire una condotta dedicata che colleghi il cliente industriale alla condotta HCV ad alta pressione di Wingas. Tale iniziativa richiede tempo e denaro e, nella pratica, si è rivelata redditizia soltanto se il cliente accetta di concludere un accordo di fornitura in esclusiva di durata compresa fra 5 e 10 anni. Il fornitore *incumbent* di gas LCV è pertanto nella posizione di aumentare il prezzo, rispetto al prezzo prevalente del gas HCV, di un margine che non superi i costi marginali della nuova infrastruttura. Accordi di questo tipo, tuttavia, non sono inusuali nel settore, cosicché il costo della condotta aggiuntiva può essere ampiamente compensato, come dimostra l'esperienza di Wingas in altre regioni.
124. Wingas sostiene che nella Bassa Sassonia soltanto pochi clienti con un consumo significativo sono ubicati ad una ragionevole distanza dalla sua condotta HCV ad alta pressione, dunque la sua esperienza in altre regioni non si applica in quello che Wingas ritiene sia un mercato geografico distinto, ovvero l'area del gas LCV nella Germania del nord.
125. La Commissione riconosce che i costi di conversione non sono sempre contenuti per i clienti industriali. [Una società]\* ha evidenziato che i clienti industriali che utilizzano il gas naturale come materia prima per processi chimici potrebbero dover sostenere costi in misura superiore a 20 milioni di EUR. Alla Commissione, tuttavia, non risulta che vi siano clienti di questo tipo nell'area tedesca di riferimento.
126. Nel complesso la Commissione conclude che in Germania il numero di clienti industriali di gas LCV e di impianti di produzione di energia elettrica che potrebbe scegliere di rifornirsi da Wingas nel caso di un aumento permanente del prezzo del gas LCV sia sufficiente a rendere controproducente un simile aumento.

#### *Conversione delle LDC*

127. Le LDC forniscono l'utenza domestica e altri utenti residenziali. Esse pertanto ricercano fornitori che siano in grado di offrire loro un'elevata modulazione. Le LDC prenderebbero in considerazione la possibilità di convertirsi al gas HCV soltanto se il loro nuovo fornitore potesse fornire il gas HCV con un alto grado di modulazione. Wingas possiede l'impianto di stoccaggio di Rehden nell'area e pertanto è in grado di offrire la modulazione.

128. Resta il fatto che il distributore e/o il fornitore devono anche assorbire i costi che comporta il passaggio dell'utenza domestica al gas HCV. Tali costi dovrebbero aggirarsi attorno ai 60 EUR per nucleo familiare, in base alla stima dettagliata dei costi fornita, tramite le parti, da una società specializzata in questo tipo di conversione. In base a un consumo tipico per nucleo familiare di 80 MBTU/l'anno, un prezzo di distribuzione locale pari a 3,4 EUR/MBTU e un prezzo all'utente domestico di 8 EUR/MBTU, un aumento del prezzo del gas LCV fornito dall'impresa di trasporto all'ingrosso di gas LCV pari al 5% riduce il margine del distributore locale di 13,5 EUR. Un aumento del 10% riduce il margine del distributore locale di 27 EUR. Pertanto i costi di conversione sarebbero interamente recuperati dal distributore locale nell'arco di 2-4 anni. Poiché la durata tipica di un contratto di fornitura fra un'impresa di trasporto e un distributore locale va da 10 a 20 anni, l'aumento di prezzo del 5-10% sarebbe reso antieconomico dal passaggio delle LDC ad un fornitore alternativo di gas HCV. Inoltre l'utente domestico che si sia convertito al gas HCV può continuare ad utilizzare in sicurezza il gas LCV fino a quando il gas HCV non sarà immesso nella rete di distribuzione locale. Il risultato è una perdita di efficienza marginale e temporanea che, tuttavia, sarà ridotta al minimo se la conversione viene effettuata nei mesi estivi.
129. È stato sostenuto che, anche se il passaggio dal gas LCV al gas HCV sarebbe possibile, una LDC non effettuerebbe la conversione se, in questo modo, diventasse una sorta di "isola HCV" in un'area a prevalenza LCV. Ciò avrebbe importanti conseguenze sul piano della sicurezza degli approvvigionamenti, conseguenze che il cliente probabilmente non intende sopportare. Wingas ritiene che sia questo il principale motivo per cui, nonostante offra sconti del 5-8% (informazioni fornite dalle parti) sul prezzo praticato, è riuscita a convincere meno di cinque distributori locali (Stadtwerke) in Germania ad effettuare la conversione dal gas LCV al gas HCV.
130. Tale argomentazione non può essere accettata nella situazione attuale caratterizzata da un relativo aumento permanente dei prezzi. Date le circostanze, tutti i clienti avrebbero gli stessi stimoli ad effettuare la conversione e dunque, in ultima analisi, non si configurerebbe più alcuna "isola".

*(c) Le alternative di cui dispongono i clienti dell'impresa di trasporto all'ingrosso incoraggeranno ulteriormente l'incumbent ad effettuare la conversione*

131. Di fronte a un aumento dei prezzi del gas LCV rispetto al gas HCV, è normale e logico che un'impresa di trasporto all'ingrosso difenda la sua posizione qualora constati che una parte sostanziale dei suoi clienti ha la possibilità di rifornirsi da un'impresa concorrente. L'impresa, dunque, si porrà nelle condizioni di offrire essa stessa gas HCV meno caro. Pertanto sarà la stessa impresa di trasporto "incumbent" ad accelerare la conversione.

#### Conclusione relativa alla sostituibilità dal lato della domanda

132. Ai fini del presente procedimento, la Commissione conclude che un relativo aumento permanente del prezzo del gas LCV sarebbe antieconomico in quanto (a) presto o tardi la catena del gas LCV dovrà convertirsi al gas HCV, (b) tale aumento di prezzo accelererà la conversione, (c) esistono alternative, nell'area tedesca di riferimento,

ovvero gas HCV fornito da Wingas e (d) tutti questi fattori stimoleranno ulteriormente le imprese di trasporto all'ingrosso di gas LCV a convertire esse stesse la propria area di consumo.

133. Resta tuttavia il fatto che i costi di conversione rappresentano un vantaggio competitivo dell'impresa di trasporto che riesce ad offrire gas conforme alle specifiche prevalenti, giacché innalzano la soglia di conversione ad un altro fornitore.

#### ***Mercato geografico rilevante***

134. Le parti osservano che, in generale, i mercati del trasporto all'ingrosso hanno dimensione nazionale. Le parti indicano che, per tradizione, la distribuzione è organizzata ampiamente a livello nazionale attraverso operatori nazionali o regionali. Tuttavia le parti ritengono che non possa essere ignorata la tendenza ad effettuare acquisti transfrontalieri in seguito all'entrata in vigore della direttiva gas. Le parti osservano che i tentativi di aumentare i prezzi post-concentrazione nei singoli Stati membri sarebbero neutralizzati non soltanto dalla concorrenza a livello nazionale ma anche da maggiori acquisti transfrontalieri effettuati dalle imprese di trasporto all'ingrosso, dai distributori locali, dagli impianti di produzione di energia elettrica e dai grossi utenti industriali.
135. Poiché la proprietà delle infrastrutture è ancora organizzata in gran parte su scala nazionale e dato che le condizioni per l'accesso al sistema da parte di terzi rimarranno sostanzialmente fissate a livello nazionale, la Commissione ritiene che in un futuro prossimo i mercati rimarranno per la maggior parte di dimensione nazionale.

#### (a) Paesi Bassi

136. Per i motivi indicati al punto precedente, la Commissione conviene con le parti che il mercato olandese del trasporto all'ingrosso ha una dimensione nazionale.

#### (b) Mercato(i) tedesco(hi) del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale

137. Per quanto riguarda la Germania, da alcune indicazioni sembrerebbe che, al momento, i mercati abbiano ancora una dimensione regionale. Le regioni sarebbero definite (a) dai pregressi accordi di demarcazione, ormai illegali, ad esempio quelli conclusi da Ruhrgas con BEB e Thyssengas, e (b) dal possesso delle condotte ad alta pressione a lunga distanza. Sebbene gli accordi di demarcazione siano illegali dall'aprile 1998, sono stati conclusi soltanto due accordi con un cliente tedesco fuori dal territorio regionale di competenza dell'impresa di trasporto a lunga distanza. Entrambi gli accordi sono stati conclusi da Ruhrgas per una fornitura annua di [...] MMC per accordo e con la costruzione di una nuova condotta. [...]\*

*Le regioni definite in base ai vecchi criteri di demarcazione sono ancora rilevanti dato il timore di ritorsioni*

138. I documenti interni di [...]\*, [...]\* e [...]\* confermano che le regioni definite in base ai vecchi criteri di demarcazione sono ancora rilevanti dato il timore di ritorsioni.

139. [...]\*

- 140. [...] \*<sup>11</sup>
- 141. [...] \*
- 142. [...] \*
- 143. [...] \*
- 144. [...] \* <sup>12</sup>
- 145. [...] \*
- 146. [...] \*

*Definizione delle regioni*

- 147. Si possono pertanto individuare le seguenti regioni: la regione ‘Thyssengas’ (parte occidentale del Nord-Reno-Westfalia lungo il confine belga/olandese), la regione ‘BEB’ (Amburgo, Schleswig-Holstein e alcune zone di Brema e della Bassa Sassonia), la regione ‘VNG’ (Mecklenburg-Vorpommern, Brandeburgo, parti della Sassonia e della Sassonia-Anhalt – regione in cui Ruhrgas non possiede una propria rete di condotte) e il territorio ‘Ruhrgas’ (la parte rimanente degli “Alte Bundesländer” e le zone della Sassonia e della Sassonia-Anhalt servite da un'impresa di trasporto a breve distanza controllata in comune da Ruhrgas e VNG).

*Posizione di alcune delle altre imprese di trasporto a lunga distanza*

- 148. Mobil non ha mai avuto una “regione propria” né posseduto condotte ad alta pressione ma è riuscita a raggiungere i suoi clienti attraverso accordi TPA conclusi con [...] \*.
- 149. Wingas compete in ciascuno di questi territori attraverso la propria rete di condotte, che è facilmente raggiungibile dalla maggioranza delle imprese di trasporto a breve distanza (corridoio di non più di 50 km). Tuttavia tali premesse non consentono di concludere che in tutto il paese vi siano pari condizioni sotto il profilo della concorrenza. [...] \* I rispettivi grossisti a lunga e a breve distanza differenziano i loro prezzi in base al fatto che il cliente abbia o meno un'alternativa nelle forniture di Wingas.

*Il regime TPA proposto per il mercato tedesco (caso di riferimento VV Gas) non influenzerà l'assetto geografico delle condizioni di concorrenza*

- 150. Dalla descrizione della VV Gas fornita nella sezione dedicata al mercato del prodotto si evince che la Commissione non ritiene che la VV Gas renderà possibile importare gas in concorrenza con gli *incumbent*.

---

11. [...] \*

12. [...] \*

151. Per i motivi indicati nella suddetta sezione relativamente ai limiti insiti nel concetto della VV Gas e al caso di riferimento del settore del gas, ad esempio (a) la difficoltà generale di valutare la capacità disponibile, (b) il fatto che, con una durata minima di un anno, il picco invernale è sempre preso in considerazione nel valutare la capacità di riserva di una condotta, (c) le difficoltà derivanti dalle caratteristiche tecniche del gas (potere calorifico, pressione ecc.) e (d) la portata limitata dei servizi offerti, la Commissione ritiene che la VV Gas non sia sufficiente per concludere, nell'ottica di un'analisi in prospettiva, che il mercato abbia una dimensione nazionale. Inoltre la Commissione tiene conto del fatto che, nel caso in cui sorga una controversia fra una parte che richiede il TPA e una parte che rifiuta il TPA, i procedimenti istituiti presso le autorità di concorrenza e/o i tribunali potrebbero durare diversi anni prima che il caso possa costituire un 'precedente'.

### *Conclusionione*

152. Sulla base di quanto precede, la Commissione ritiene che i mercati del trasporto all'ingrosso del gas in Germania potrebbero ancora avere una dimensione regionale, in base alle precedenti linee di demarcazione. Tuttavia ai fini della presente decisione potrebbe non essere necessario definire l'ambito geografico del mercato del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale in Germania, in quanto la concentrazione in oggetto condurrebbe al rafforzamento di una posizione dominante (collettiva) anche se il mercato di trasporto all'ingrosso a lunga distanza fosse di dimensione nazionale.
153. Le parti hanno dichiarato, nella loro risposta, che il mercato ha una dimensione nazionale e non regionale. Esse sottolineano che i prezzi del gas sono determinati dai combustibili concorrenti e non dalla regione geografica. Tuttavia tale affermazione contraddice le informazioni ottenute dalla Commissione nel corso dell'indagine di mercato, in base alle quali le differenze di prezzo dipendono anche dal fatto che il cliente abbia o meno un fornitore alternativo (concorrenza fra imprese di gas). Le parti dichiarano inoltre che un'analisi lungimirante deve tenere conto della recente eliminazione delle linee di demarcazione e dell'imminente accordo di settore sull'accesso negoziato. Rimangono comunque troppe incertezze per concludere che l'accordo finale condurrà ad un mercato nazionale caratterizzato da pari condizioni di concorrenza.

### *Posizione delle parti sul mercato*

#### (a) Mercato olandese del trasporto all'ingrosso di gas naturale

##### *1. Rapporto fra i produttori di gas olandesi e Gasunie*

154. Nel 1947 Exxon e Shell costituirono una *joint venture* paritetica, la Nederlandse Aardolie Maatschappij ("NAM"), destinata a svolgere attività di prospezione e produzione di idrocarburi nei Paesi Bassi. Quando, nel 1959, la NAM scoprì il grande giacimento di gas di Groningen, il governo olandese organizzò il settore del gas nazionale affinché rispecchiasse l'importanza strategica che il giacimento di Groningen rivestiva per l'economia del paese. A tale scopo, nel 1963 il governo olandese concluse un accordo con Exxon, Shell e NAM in base al quale NAM avrebbe dovuto sviluppare e sfruttare la concessione di Groningen per conto della Groningen Partnership in cui NAM partecipa al 60% e il governo olandese, attraverso EBN, nella misura del 40%. Inoltre Exxon, Shell e il governo olandese hanno

costituito la società Gasunie, il cui compito è immettere sul mercato tutto il gas di Groningen. Il governo olandese detiene una partecipazione del 50% in Gasunie (10% direttamente – 40% attraverso EBN), mentre Exxon e Shell detengono ciascuna una quota pari al 25%. Infine il governo olandese ha concluso con Gasunie un accordo di diritto privato in base al quale Gasunie ha l'obbligo di sottoporre determinate decisioni commerciali all'approvazione del governo.

155. Dal 1959 NAM ottiene licenze di produzione per altri giacimenti di gas *onshore* e *offshore*. Il 50% circa della sua produzione attuale proviene da questi cosiddetti giacimenti minori (ossia di dimensioni inferiori rispetto a Groningen). Le parti hanno spiegato che la maggioranza di queste concessioni è sfruttata anche a vantaggio di società in cui EBN detiene, in genere, una partecipazione del 40-50%. Il gas estratto da questi giacimenti è venduto a Gasunie. Inoltre il gas proveniente dai futuri giacimenti scoperti da NAM deve essere interamente venduto a Gasunie a seguito di [...<sup>13</sup>]\*. In totale, NAM rappresenta il 75-80% della produzione totale di gas nei Paesi Bassi (se si considera la quota di EBN nella produzione di NAM, NAM rappresenta il 45% circa della produzione in termini di quote nette). EBN, inoltre ha sempre immesso sul mercato tutte le sue quote di proprietà attraverso Gasunie. [...]\*.
156. Fino al 1994 i produttori olandesi avevano l'obbligo di vendere a Gasunie tutto il gas destinato al mercato olandese. I produttori olandesi potevano vendere direttamente sul mercato di esportazione, anche se i prezzi erano e sono tuttora controllati dal governo. Inoltre Gasunie ha l'obbligo di acquistare il gas dai piccoli giacimenti prima della produzione alle condizioni economiche stabilite dall'inizio qualora il produttore abbia scelto di vendere il gas a Gasunie. [...]\*
157. Risulta che, in genere, il governo olandese non approva il prezzo stabilito in un contratto di esportazione di gas olandese qualora tale prezzo sia al di sotto del valore “di pareggio” di Gasunie, denominato “Norm Inkoop Prijs” (NIP o prezzo di acquisto normativo). In questo modo il governo si assicura una fetta della “torta del gas”.
158. [...]\*<sup>14</sup>
159. NAM possiede due dei tre impianti di stoccaggio sotterraneo olandesi (giacimenti di gas esauriti) che ha noleggiato al 100% a Gasunie. Anche il terzo impianto, gestito da BP Amoco, è interamente noleggiato a Gasunie. Nei Paesi Bassi, dunque, soltanto Gasunie è in grado di offrire infrastrutture di stoccaggio sotterraneo. Premesso che esistono altri due giacimenti di gas esauriti che potrebbero essere trasformati in impianti di stoccaggio sotterraneo per l'approvvigionamento del mercato olandese, è improbabile che tali impianti siano sviluppati da terzi, dati i rischi implicati. Tali rischi riguardano gli investimenti necessari e il fatto che Gasunie potrebbe sempre ridurre le sue tariffe, vanificando tali investimenti. Si osserva inoltre che [...]\*.

## 2. La corporate governance di Gasunie

160. Gasunie è per il 50% di proprietà dello Stato olandese, per il 25% appartiene a Exxon e per il 25% a Shell. Le decisioni sono adottate con voto a maggioranza [...]\*. Non

---

13. [...]\*

14. [...]\*

esistono accordi specifici fra azionisti. Exxon, quindi, non ha alcun controllo **di diritto** su Gasunie ai sensi del regolamento sulle concentrazioni.

161. Quanto al controllo **di fatto**, le parti sostengono che non esiste alcun **interesse comune** fra Exxon e Shell. [...]\*. Tuttavia, per i motivi indicati in appresso, non è necessario stabilire se Exxon eserciti o meno, di diritto, un controllo su Gasunie ai sensi del regolamento sulle concentrazioni.

### *3. La posizione di Gasunie sul mercato olandese della vendita di gas*

162. Gasunie è l'impresa olandese di trasporto dominante e rappresenta il [...]">% circa delle vendite totali. Gasunie riconosce esplicitamente la sua posizione dominante con l'introduzione del suo nuovo sistema tariffario. [...]\*.<sup>15</sup>. Inoltre in base al suo "Piano di vendite di gas 1999", Gasunie fornirà [...]\*.
163. Gasunie possiede, ovvero detiene diritti di esclusiva su (a) l'intera rete di condotte ad alta pressione olandesi (ad eccezione di una linea nel sud dei Paesi Bassi, attraverso la quale viene importato gas britannico), (b) tutti gli impianti di trattamento e miscelazione, (c) tutti gli impianti di stoccaggio (sotterraneo e LNG).
164. Inoltre da vari [documenti]\* risulta che Gasunie è e sarà confrontata ad una concorrenza minima. Tali documenti, citati nei considerando che seguono, suffragano la valutazione interna di Gasunie, da cui risulta che la società occupa una posizione dominante.
165. [...]\*
166. [...]\*
167. [...]\*
168. [...]\*
169. [...]\*

### *4. La posizione di Mobil sul mercato olandese*

170. Mobil è uno dei tre concorrenti effettivi. Secondo le parti, Mobil detiene una quota [inferiore al 5]">% del mercato complessivo. Statoil (ovvero la commissione mista norvegese per i negoziati che commercializza tutto il gas norvegese) ha una quota di mercato stimata al 4%, grazie ad un contratto di fornitura con un importante impianto di produzione di energia elettrica. Il terzo concorrente è Entrade, una società commerciale della olandese RDC Pnem/Mega con una quota di mercato del 4% derivante dalla vendita di gas britannico a consumatori industriali e ad un impianto di produzione di energia elettrica sito nelle vicinanze della condotta HCV Zebra, nel sud dei Paesi Bassi, in cui detiene una partecipazione. La società ha concluso un accordo di trasporto TPA con Gasunie per la fornitura di gas ad un cliente.

---

15. [...]\*



171. La posizione di Mobil nei Paesi Bassi deriva dalla sua **strategia europea di vendita del gas** [...]\*. Questa strategia europea è descritta nei considerando successivi. Anche tale descrizione è pertinente per valutare la posizione di Mobil sul mercato tedesco.

*La strategia europea di Mobil riguardo alla vendita di gas*

172. [...]\*  
173. [...]\*  
174. [...]\*  
175. [...]\*  
176. [...]\*

*Mobil nei Paesi Bassi*

177. [...]\*<sup>16</sup>  
178. [...]\*  
179. [...]\*  
180. [...]\*

(b) Mercato(i) tedesco(hi) del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale

*Operatori presenti sul mercato*

181. Nella sezione dedicata alla definizione del mercato del prodotto, la Commissione è giunta alla conclusione che il mercato del trasporto all'ingrosso a lunga distanza è un mercato del prodotto distinto in cui i nuovi operatori che vi si affacciano dipendono dall'avviamento degli *incumbent*. La Commissione ha inoltre concluso che l'entrata di nuovi operatori attraverso investimenti in nuove infrastrutture proprie è un evento improbabile.
182. Gli *incumbent* sono quelle società che (a) acquistano gas da produttori esteri, (b) sono in grado di trasportare il gas fino ai loro clienti attraverso una rete di condotte ad alta pressione, (c) sono in grado di effettuare forniture modulate e (d) sono in grado di fornire altri servizi correlati. Queste imprese prestano tali servizi attraverso investimenti propri oppure perché hanno concluso, per alcuni di questi servizi, contratti TPA con altre imprese.

---

16. [...]\*

183. Ruhrgas, BEB, VNG, Thyssengas e Wingas sono i più importanti operatori del mercato. Tutte queste società forniscono i suddetti servizi attraverso investimenti propri.
184. Exxon è un operatore attivo sul mercato tedesco attraverso **BEB**, una *joint venture* 50/50 di lunga data costituita con Shell. Exxon ammette di detenere con Shell il controllo comune di BEB ai sensi del regolamento sulle concentrazioni. Exxon opera anche sul mercato rilevante attraverso la sua partecipazione del 25% in **Thyssengas**, una società in cui Shell detiene una quota del 25% e RWE una quota del 50%. Exxon ammette di detenere, insieme a RWE e Shell, il controllo comune di Thyssengas ai sensi del regolamento sulle concentrazioni.
185. **Ruhrigas** è la più importante impresa di trasporto a lunga distanza tedesca. Sia Exxon, attraverso BEB, sia Mobil sono azionisti di Ruhrigas. BEB detiene una partecipazione del 29,5%. I diritti di voto collegati a tale partecipazione (25%) sono per la maggior parte esercitati direttamente, mentre i restanti voti (4,5%) appartengono al cosiddetto consorzio Schubert all'interno di Ruhrigas. Il consorzio Schubert rappresenta il 15% dei voti in Ruhrigas. I componenti del consorzio sono Mobil (7,4%), BEB (4,5%), BPAmoco (0,5%) e Preussag (2,6%). I voti devono essere espressi in blocco e le regole del consorzio Schubert prevedono che nessun membro possa avere più del [...]% dei diritti di voto all'interno del consorzio. Le parti sostengono che, per via di queste regole, gli attuali diritti di voto di BEB nel consorzio Schubert sarebbero attribuiti, dopo la concentrazione, a BPAmoco e Preussag. Occorre osservare che gli azionisti di Schubert si sono impegnati per contratto a fornire a Ruhrigas il [...] \*% del gas proveniente dalle loro riserve aggiuntive accertate su scala nazionale. Queste forniture destinate a RG sono vettorate da [...] \*.
186. Ruhrigas è formalmente controllata dal cosiddetto consorzio Bergemann, un consorzio di azionisti che rappresenta il 59,76% dei voti. Il consorzio riunisce BPAmoco (con una partecipazione del 25%) oltre ai voti detenuti da un gruppo di produttori di carbone e acciaio tedeschi (che, inoltre, molto spesso sono attivi nella produzione e nella distribuzione di elettricità). Queste regole complesse sono atte ad impedire che il controllo di Ruhrigas sia acquisito da multinazionali del petrolio e del gas.
187. [...] \*<sup>17</sup>
188. Inoltre dato l'accordo concluso fra gli azionisti di BEB e Ruhrigas, occorre il [...] \*% dei voti per deliberare su una questione "essenziale per BEB". Di conseguenza BEB può porre il veto su tutte le questioni che sono essenziali per la società. Le parti hanno sottolineato che a questa clausola non si è mai fatto ricorso. [...] \*
189. [...] \*. Sembra dunque che, malgrado l'assenza di un controllo di diritto, le compagnie petrolifere abbiano un'influenza di fatto su Ruhrigas.
190. Verbundnetz Gas (**VNG**) è un'impresa di trasporto all'ingrosso a lunga distanza che opera nei nuovi Länder tedeschi. È stata fondata negli anni sessanta e privatizzata dopo la riunificazione della Germania. I suoi attuali azionisti sono Ruhrigas (36,8%),

---

17. [...] \*

Wintershall (15,8%), alcuni comuni (15,8%) e BEB (10,5%). Inoltre Statoil, Erdöl-Erdgas Gommern, PreussenElektra e Gazprom detengono ciascuna il 5,2%. Ne consegue che tutti gli azionisti di VNG, ad eccezione dei comuni, sono produttori di gas e/o imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza.

191. **Wingas** è una *joint venture* fra Wintershall (una controllata di BASF) e Gazprom, che detengono una quota rispettivamente del 65% e del 35%.
192. [...]\*
193. **EWE** è di fatto un'impresa di trasporto all'ingrosso a breve distanza, in quanto non rivende gas importato o di produzione propria ad altre imprese che gestiscono una rete di condotte ad alta pressione (imprese di trasporto all'ingrosso a breve e a lunga distanza). Tuttavia la società importa direttamente da Gasunie una parte sostanziale del gas venduto attraverso un proprio gasdotto (LCV) ad alta pressione. Per tale ragione è considerata un'impresa di trasporto a lunga distanza.

#### *Posizione sul mercato*

##### *(a) Mercato locale*

194. **BEB** ha indicato di possedere una quota di mercato pari al [40-50]\*% nella Germania del nord (Schleswig-Holstein, Amburgo, Brema e Bassa Sassonia). Tuttavia l'area identificata come "Germania del nord" è più vasta della regione di demarcazione di BEB, che comprende soltanto alcune parti di Brema e della Bassa Sassonia. L'area residua è il "territorio Ruhrgas", per il quale Ruhrgas aveva concluso a sua volta un accordo di demarcazione con Erdgas Münster. Ne consegue che la quota di mercato di BEB nella sua regione di demarcazione è superiore al [40-50]\*%.
195. [...]\*
196. [...]\*
197. Il documento strategico di **RG** dell'ottobre 1998 indica che, a seguito della concorrenza fra imprese di gas, la società non può mantenere la propria quota del 100% nella sua area. Sebbene non si disponga di dati precisi, il fatto che RG rappresenti il [+50%]\*% circa degli approvvigionamenti destinati alle imprese di trasporto a breve distanza che operano nella sua area è il migliore indice disponibile della sua quota di mercato.
198. **VNG** aveva nel 1997, anche in base alla risposta fornita dalle parti ad una richiesta a norma dell'articolo 11, una quota di mercato pari al [90-100]\*%. **TG** deteneva nel 1997, secondo le parti, una quota di mercato pari al [70-80]\*%. [...]\*

##### *(b) Mercato tedesco*

199. Tutti i dati di vendita contenuti nella presente sezione si riferiscono al 1997. Le importazioni totali di gas in Germania ammontano a 75,6 miliardi di metri cubi.
200. BEB produce metà del gas tedesco, ovvero [...]\* miliardi di metri cubi. La società acquista inoltre altri [...]\* miliardi di metri cubi da Gasunie, Gazprom, DONG (la compagnia statale danese del petrolio e del gas), dal GFU (l'ente norvegese per la

vendita di gas) e una piccola quota da altri produttori tedeschi. Thyssengas importa [...] miliardi di metri cubi. Mobil importa [...] miliardi di metri cubi della sua quota di produzione olandese, nonché gas norvegese. Mobil è anche un produttore di gas tedesco (circa il [...] della produzione tedesca, per un totale di [...] miliardi di metri cubi). Ruhrgas importa [...] miliardi di metri cubi dai Paesi Bassi, dalla Norvegia, dalla Danimarca e dalla Russia e acquista [...] miliardi di metri cubi di gas di produzione tedesca. VNG importa [...] miliardi di metri cubi. Wingas ha importato 6,9 miliardi di metri cubi. Come indicato sopra, EWE importa gas da Gasunie per un totale di [...] miliardi di metri cubi.

201. In base alle suddette cifre relative alle importazioni, le imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza detengono le seguenti quote di mercato: RG [50-60]%, BEB [10-20]%, VNG [10-20]%, Wingas [0-10]%, TG [0-10]%, Mobil [0-10]% e EWE [0-10]%.

#### *La strategia tedesca di Mobil*

202. Mobil ha descritto la sua posizione in Germania in un documento sulla sua strategia europea:

[...]

203. [...]

204. [...]

#### *Valutazione sotto il profilo della concorrenza*

##### (a) Mercato olandese del trasporto all'ingrosso di gas naturale

*Le parti e Gasunie ammettono, nei loro documenti interni, che Gasunie ha e continuerà ad avere una posizione dominante*

205. Sulla base dei documenti descritti nella sezione relativa alla posizione delle parti sul mercato, si può concludere che Gasunie ha e continuerà ad avere una posizione dominante (è probabile che la sua attuale quota di mercato - [80-90]% - si mantenga invariata nei prossimi [...] anni).

*La pressione concorrenziale degli altri concorrenti effettivi rimane limitata*

206. Oltre a Mobil, si individuano altri due concorrenti effettivi, ossia Statoil e Entrade. Statoil ha indicato che “la sua politica sui mercati olandese (e tedeschi) della distribuzione all'ingrosso di gas sono contraddistinti da quello che si potrebbe definire sinteticamente un approccio ‘attendista’.” [...]
207. Il contratto di “vendita diretta” con cui Statoil fornisce il gas all'impianto di Eems è l'unico contratto di vendita diretta mai concluso da Statoil cosicché, sulla base di quanto precede, la Commissione ritiene che, nel complesso, Statoil non possa essere considerata un concorrente che rimarrà attivo sul mercato. [...]

208. L'altro concorrente effettivo è Entrade. Entrade ha un contratto per [...]\*. Il potenziale di vendita di Entrade lungo il suo gasdotto sembra essere più o meno esaurito. La sua possibilità di incrementare ulteriormente le vendite attraverso accordi TPA con Gasunie sembra limitata [...]\*.
209. Le vendite annue di gas che Mobil si è assicurata per contratto ammontano a [...]\*. Circa [...]\* è di origine britannica, il resto proviene dalla concessione nel Noord Friesland (Anjum). Uno di questi contratti è un [...]\*. Mobil ha indicato che tutta la sua produzione flessibile è impegnata in contratti.

#### *Potenziale concorrenza*

210. [...]\*
211. Le parti fanno riferimento alla prossimità del terminale LNG di Zeebrugge, in cui la capacità inutilizzata e le condotte di collegamento rendono possibile l'entrata immediata del gas LNG nei Paesi Bassi e indicano, nella loro risposta, che Sonatrach, l'impresa di gas algerina, potrebbe quindi entrare nel mercato olandese. Le parti non hanno fornito dati in merito all'attuale capacità inutilizzata del terminale di Zeebrugge e delle condotte di collegamento. Tuttavia nuove forniture di gas LNG sono molto più costose (costo di 16-19 ct (HFL)/m<sup>3</sup>) rispetto alle forniture da gasdotto e non vi sono segnali di un'eventuale integrazione verticale di Sonatrach in nessun altro mercato europeo del gas. Pertanto la potenziale entrata di Sonatrach nel mercato olandese è ritenuta alquanto improbabile.
212. Le parti indicano inoltre che il recente accordo TPA che Gazprom ha concluso con Ruhrgas facilita la possibile entrata di Gazprom nel mercato olandese. Per quanto possa agevolare l'entrata, tale accordo non rende comunque più probabile tale eventualità. [...]\*. Nella loro risposta le parti hanno indicato che la potenziale agevolazione offerta dall'accordo di vendita parallela riguarda soltanto la vendita diretta del gas da parte di Gazprom ad un attuale cliente di Gasunie. Ad ogni modo tutti i clienti, ad eccezione di quelli di Statoil, Entrade e Mobil (che rappresentano l'[80-90]\*% del mercato) sono clienti di Gasunie e dunque la protezione del mercato è sostanziale.
213. Nella risposta, le parti segnalano che grandi imprese continentali di trasporto all'ingrosso possiedono gas in vari punti lungo il confine olandese. Distrigaz, Thyssengas, Wingas, SNAM, Gaz de France, BEB e Ruhrgas hanno tutti forniture che possono essere potenzialmente vendute sul mercato olandese e non esistono accordi di vendita parallela fra tali imprese e Gasunie per la vendita di questo gas sul mercato olandese. È vero che tutte queste imprese possiedono gas in vari punti lungo il confine olandese, in quanto tutte loro, ad eccezione di Wingas, acquistano gas da Gasunie. Anche se il contratto consentirebbe a queste imprese di rivendere il gas di Gasunie nei Paesi Bassi o anche se tali imprese hanno accesso ad altre fonti di approvvigionamento non distanti e possono vendere il gas nei Paesi Bassi, difficilmente tali imprese 'attaccherebbero' il loro fornitore, dato il rischio che Gasunie attui misure di ritorsione [...]\*.
214. Anche se non si può escludere che una o più delle suddette imprese o qualsiasi altra impresa possano entrare nel mercato olandese, la Commissione può concludere che la possibilità di sviluppo di una potenziale concorrenza è alquanto ridotta, in quanto la stessa Gasunie non prevede comunque una diminuzione sostanziale della sua quota di

mercato [...]\*. Tale previsione è stata formulata sulla base della struttura tariffaria TPA e dei piani di liberalizzazione del governo olandese.

215. Per quanto riguarda le tariffe di Gasunie, la Commissione ammette che tutti i possibili servizi necessari per gestire un'impresa di gas nei Paesi Bassi sono inclusi nel tariffario. In tal modo la portata del tariffario contrasta con l'orientamento "solo trasporto via gasdotto" seguito dall'industria tedesca del gas nell'ambito dei negoziati attualmente in corso sulla VV Gas. Tuttavia queste tariffe non rendono più probabile l'entrata nel mercato. Le tariffe sono basate sul costo alternativo del cliente che decida di fornire egli stesso il servizio e dunque sono calcolate in base ai costi che Gasunie dovrebbe sostenere per sostituire l'infrastruttura. Premesso che la Commissione riconosce che le tariffe trasferiscono al cliente le economie di scala di Gasunie, [...]\*.

216. [...]\*

217. [...]\*

*Mobil occupa una posizione unica*

218. [...]\*

219. Secondo le parti, Mobil non occupa una posizione unica per competere sul mercato olandese e qualsiasi nuovo concorrente può raggiungere e superare la posizione occupata da Mobil in tale mercato. Le parti indicano che qualunque produttore olandese che disponga di riserve non impegnate può scegliere fra varie alternative: esportare, vendere ad un *trader*, vendere ad un utente finale olandese, ad una RDC o a Gasunie. Anche se tale affermazione è veritiera, occorre osservare che tutte le attuali riserve sono state impegnate con Gasunie, ad eccezione di una parte delle riserve di Mobil. Mobil ha [...]\* miliardi di metri cubi di riserve accertate nei Paesi Bassi di cui [...]\* miliardi di metri cubi non ancora impegnati. Mobil, inoltre, dispone di altri [...]\* miliardi di metri cubi di riserve probabili. [...]\*. Anche per tale ragione la posizione di Mobil è "unica".

220. Si fa inoltre riferimento alla strategia di Mobil che indica chiaramente [...]\*.

*La concentrazione eliminerà Mobil in quanto concorrente*

221. In circostanze normali, a seguito di una concentrazione fra Mobil e Exxon Mobil sarebbe molto meno stimolata a competere con Gasunie. Exxon detiene una partecipazione consistente e proficua in Gasunie e registrerebbe minori entrate per via della concorrenza a livello di prezzi fra due delle imprese in cui detiene una partecipazione. Tuttavia, dati gli accordi contrattuali in base ai quali è stata costituita Gasunie, Mobil non potrà continuare a competere con Gasunie.

222. L'accordo del 1963 concluso da Exxon con Shell e il governo olandese prevede che tutto il gas olandese di Exxon sia venduto a Gasunie. Per potere competere direttamente con Gasunie, Exxon dovrebbe dunque essere autorizzata da Shell e dal governo olandese. Anche supponendo che il governo olandese autorizzi Mobil a competere con Gasunie visto che il governo appoggia la liberalizzazione del mercato

del gas, non sarebbe nell'interesse di Shell autorizzare tale concorrenza dato che Gasunie registrerebbe ingenti perdite di utili a causa di una concorrenza a livello di prezzi. [...]\*

223. La concentrazione ha dunque l'effetto di eliminare dal mercato uno degli unici due concorrenti "attivi" di Gasunie. La Commissione ritiene pertanto che la concentrazione rafforzi la posizione dominante di Gasunie in maniera tale da ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva sul mercato olandese del trasporto all'ingrosso di gas.
224. Nella risposta, le parti indicano che il comportamento di Gasunie sul mercato non è stato modificato dalla presenza di Mobil quale concorrente e non cambierà in caso di fusione fra Mobil e Exxon, in quanto i prezzi del gas sono fissati con riferimento ai combustibili alternativi e i prezzi dei servizi sono determinati in base ad un raffronto con i servizi forniti in altre regioni d'Europa. Accettare tale ragionamento equivarrebbe ad affermare che la concorrenza nel settore del gas non è pertinente. Ovviamente non è così, come fra l'altro dimostrano gli stessi documenti interni di Gasunie.

*Il regolamento sulle concentrazioni contempla il rafforzamento di una posizione dominante non detenuta dalle parti che intervengono nella concentrazione*

225. Si può osservare che l'articolo 2, paragrafo 3 del regolamento sulle concentrazioni stabilisce che un'operazione di concentrazione che crei o rafforzi una posizione dominante deve essere dichiarata incompatibile con il mercato comune. L'articolo 2, paragrafo 3, in base al suo dettato, *non* si limita dunque a vietare un'operazione che dia luogo alla creazione o al rafforzamento della posizione dominante *da parte di una o più delle parti che intervengono nella concentrazione* – si vedano inoltre i considerando 1, 5 e 7 del preambolo al regolamento.
226. Il ragionamento della Corte di giustizia nella sentenza sul caso *Kali und Salz*<sup>18</sup> e del Tribunale di primo grado nel caso *Gencor*<sup>19</sup> offre una conferma *indiretta* della conclusione di cui sopra. La Commissione riconosce che la conferma è indiretta, in quanto entrambi i casi riguardano posizioni dominanti oligopolistiche.
227. Ad ogni modo la Corte, al paragrafo 171 della sentenza *Kali und Salz*, conferma in termini generali che la posizione dominante creata o rafforzata non deve essere necessariamente quella delle parti che intervengono nell'operazione di concentrazione:

Un'operazione di concentrazione che crei o rafforzi una posizione dominante delle parti interessate con un'entità terza all'operazione è atta a risultare incompatibile con il regime di concorrenza non falsato voluto dal Trattato. Pertanto, se si accogliesse la tesi secondo cui il regolamento contempla solo le operazioni di concentrazione che creano o rafforzano una posizione dominante delle parti ad esse partecipanti, il suo scopo, così come risulta dai 'considerando' sopra citati, verrebbe parzialmente disatteso. Tale regolamento si troverebbe così privato di una parte non trascurabile del suo effetto utile,

---

18. Cause riunite C-68/94 e C-30/95 Repubblica francese e altri contro Commissione (1998) Racc. I-1375.

19. Sentenza del 25 marzo 1999 nel caso T-102/96 Gencor contro Commissione (non ancora pubblicata nella Raccolta della giurisprudenza).

senza che ciò sia necessario all'economia generale del regime comunitario di controllo delle operazioni di concentrazione.

228. La Commissione ritiene che la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante di terzi non sia esclusa dal campo di applicazione dell'articolo 2, paragrafo 3, del regolamento sulle concentrazioni. Occorre inoltre ricordare che Gasunie è un'impresa comune in cui una delle parti che intervengono nell'operazione in oggetto ha una partecipazione sostanziale.
229. Nella risposta, le parti indicano che non esistono precedenti per quanto riguarda la suddetta applicazione dell'articolo 2, paragrafo 3. Questa affermazione è corretta ma non è pertinente. Le parti sostengono inoltre che non è necessario applicare il regolamento sulle concentrazioni a tali casi, in quanto le autorità antitrust europee e nazionali dispongono di altri strumenti per arginare gli abusi di posizione dominante di terzi. Tuttavia il regolamento sulle concentrazioni istituisce un controllo strutturale, "non consentendo la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante", piuttosto che un meccanismo di controllo degli abusi.

***(b) Mercato(i) del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale in Germania***

Il mercato tedesco del gas non è concorrenziale

230. Come indicato sopra nella sezione relativa al mercato geografico del prodotto, l'attività di trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale in Germania può essere inquadrata in due ottiche diverse. È possibile concludere che i mercati sono ancora regionali e che le regioni sono definite in base ai vecchi criteri di demarcazione. Si potrebbe anche ritenere, tuttavia, che il mercato abbia una dimensione nazionale. La Commissione ha esaminato il mercato del trasporto all'ingrosso a lunga distanza da entrambe le prospettive e ritiene che, in seguito all'operazione notificata, le posizioni dominanti esistenti, individuali (mercato regionale) e/o collettive (mercato nazionale) siano rafforzate.

*Sul mercato tedesco del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale esistono imponenti ostacoli all'entrata.*

231. Come indicato nella sezione relativa al mercato del prodotto rilevante, gli ostacoli sono di vario tipo: la non recuperabilità degli ingenti investimenti di capitale necessari per dotarsi di una propria infrastruttura di trasporto all'ingrosso a lunga distanza, i contratti *take-or-pay* a lungo termine fra produttori e imprese di trasporto a lunga distanza, le clausole di vendita parallela contenute in tali contratti e gli accordi a lungo termine fra le imprese di trasporto a lunga distanza e i loro clienti. Tutto ciò conferisce al settore una grande stabilità. In Germania fino al maggio 1998 la stabilità era garantita attraverso accordi privati (gli accordi di demarcazione). Nella sezione suindicata si è inoltre osservato che, in base al regime TPA proposto per il settore del gas tedesco (caso di riferimento VV Gas), è improbabile che, in base a tale regime, la posizione delle imprese di trasporto a lunga distanza possa essere minacciata.

*Concentrazione dell'offerta*

232. RG, BEB, TG e VNG rappresentano una quota pari all'[80-90]\*% delle importazioni di gas in Germania. L'offerta risulta così molto concentrata e i documenti citati nella



sezione relativa al mercato geografico (mercati regionali) mostra che, per il timore comune di ritorsioni, la relazione stabile fra le quattro società sarà protratta.

*Per via dei legami fra gli operatori presenti sul mercato, le società Ruhrgas, BEB e Thyssengas sono ancora meno stimolate a competere fra loro*

233. Prima della concentrazione le sei imprese di trasporto all'ingrosso a lunga distanza erano tutte collegate fra loro attraverso una qualche forma di partecipazione azionaria. BEB e Thyssengas sono controllate in comune da Exxon e Shell. BEB e Mobil sono azioniste di Ruhrgas. Ruhrgas, BEB e i due azionisti di Wingas (Gazprom e Wintershall) sono tutti azionisti di VNG. Da quanto precede si evince che i legami fra Wingas e le altre imprese sono meno forti di quelli esistenti fra BEB, Thyssengas e Ruhrgas.
234. Ruhrgas, BEB e Thyssengas acquistano in comune una quota sostanziale del loro gas di origine non tedesca (RG [...]%, BEB [...]%, e TG [...]%). Ne deriva quindi una simmetria di costi a “livello frontaliero”. Inoltre tali imprese trasportano una parte consistente del loro gas attraverso gasdotti che possiedono in comune<sup>20</sup> e dunque conoscono perfettamente questa parte del costo.

#### *Trasparenza del mercato*

235. Infine il mercato è trasparente nel senso che ognuna delle imprese di trasporto a lunga distanza saprebbe immediatamente se uno dei loro clienti cambia fornitore e saprebbe anche quale altro fornitore è stato scelto dal cliente.

*Le altre imprese di trasporto a lunga distanza non sono stimolate a competere*

236. Nessuno degli operatori presenti sul mercato, a parte Wingas, avrebbe interesse ad entrare nella regione di un altro operatore. Una simile iniziativa da parte di VNG non è concepibile, data la partecipazione azionaria di minoranza di Ruhrgas e BEB in VNG, la *joint venture* di trasporto a breve distanza costituita da RG e VNG in alcuni dei nuovi Bundesländer e il fatto che VNG non possiede condotte ad alta pressione né impianti di stoccaggio al di fuori del suo territorio di base nei nuovi Bundesländer. Inoltre gli altri azionisti non avrebbero alcun interesse a incoraggiare VNG a competere con RG e BEB sul territorio di queste società (l'area TG è troppo distante) correndo rischi di ritorsione. Gli azionisti preferirebbero che la società generasse al più presto dividendi dalle sue attività principali nei nuovi Bundesländer.
237. **EWE** potrebbe potenzialmente aumentare la propria quota di importazioni di gas da rivendere nella parte “Ems Weser” della sua area di vendita sostituendo le forniture di

---

20. DEUDAN (gasdotto che trasporta il gas danese in Germania): [...]%, BEB [...]%; NETRA (gasdotto che trasporta il gas norvegese nella Germania del nord): BEB [...]%, Ruhrgas [...]%; Salzwedel-Berlino (estensione del NETRA a Berlino): BEB [...]%, Ruhrgas [...], VNG [...]%; NETG (gasdotto che trasporta il gas LCV olandese in Germania) : Ruhrgas [...], Thyssengas [...]%; METG (gasdotto che trasporta il gas HCV olandese in Germania) : Ruhrgas [...], Exxon e Shell [...]%, ciascuna; SETG (estensione del METG) : Ruhrgas [...], Exxon e Shell [...]%, ciascuna (le condotte NETG-METG –SETG sono l'una estensione dell'altra); EVG (gasdotto di collegamento nella Germania centrale) : Ruhrgas [...], VNG [...]%.

gas di BEB con forniture Gasunie. Tuttavia le vendite effettuate da EWE fuori dalla propria area di vendita “Ems Weser” rendono la società vulnerabile alle ritorsioni di BEB e RG. Poiché la società è molto più vulnerabile alle ritorsioni di BEB e RG di quanto BEB e RG non siano esposte a possibili ritorsioni da parte di EWE, è improbabile che EWE espanda la sua posizione sul mercato del trasporto all'ingrosso a lunga distanza acquistando gas da Gasunie per venderlo fuori dalla propria area “Ems Weser”.

*Wingas ha una limitata capacità di accrescere ulteriormente la sua quota di mercato*

238. Per la sua posizione storica di concorrente diretto, ovviamente **Wingas** non è un membro dell'oligopolio. Wingas è stata la prima, e finora l'unica, società a instaurare in Germania un regime di concorrenza fra imprese di gas creando e, attualmente, espandendo ulteriormente una propria rete di condotte HCV ad alta pressione. La società non ha mai concluso un accordo di demarcazione con Ruhrgas, BEB o Thyssengas. Tuttavia alcuni elementi emersi dall'indagine condotta dalla Commissione portano a concludere che Wingas non sarà in una posizione tale da sfidare ancora per molto l'oligopolio.
239. La società ha annunciato che, sulla base dei suoi attuali investimenti, sarebbe in grado di raggiungere una quota di mercato pari al 15%. Secondo le parti, i contratti stipulati da questa società coprono il 12% circa del mercato. Wingas si avvicina pertanto al traguardo prefissato. Dai documenti interni delle parti è chiaro che il mercato stava raggiungendo una stabilità e che Wingas era già sul punto di conquistare una solida posizione sul mercato. Ad esempio [...]\*
240. [...]\*
241. [...]\*
242. Questa nuova cooperazione con RG ha permesso a RG di acquisire una partecipazione del 4% in Gazprom e di concludere un nuovo contratto *take-or-pay* a lungo termine con il quale RG si obbliga ad acquistare [...]\* della sua domanda di gas naturale tedesco da Gazprom mentre Gazprom è pronta a fornire fino al [...]\*%. Nell'ambito di tale accordo, RG è sollevata dai suoi obblighi di acquisto in quanto Gazprom/Gazexport vendono gas in Germania in concorrenza con Ruhrgas, [...]\*\*\*<sup>21</sup>. Uno degli azionisti di Wingas, che è anche il suo principale fornitore di gas (Gazprom) ha così concordato con il principale concorrente (Ruhrgas) di limitare un'ulteriore crescita di Wingas. La Commissione può pertanto ragionevolmente concludere che in futuro Wingas avrà scarse probabilità di attaccare gli *incumbent*.

*Vi sono indicazioni che suggeriscono l'assenza di condizioni concorrenziali*

243. Viene fatto riferimento al notevole rendimento sugli investimenti delle imprese tedesche di trasporto all'ingrosso. [...]\*. Finora soltanto VNG ha prodotto utili di modesta entità. Riguardo a VNG, si può osservare che ciò è probabilmente dovuto ai massicci investimenti che tale società ha dovuto effettuare in seguito alla

---

21. [...]\* – Allegato 49.21 (corsivo aggiunto). Inoltre [...]\* – Allegato 49.26.

riunificazione della Germania. Ad ogni modo sembra anche che gli attuali azionisti abbiano interesse a mostrare che la società non realizza grossi utili perché in tal modo è minore il rischio che la BVS (ex Treuhandanstalt) chieda che le venga riconosciuta, tramite sentenza, una somma elevata a titolo di pagamento retroattivo.

244. Nel 1996 i prezzi ai consumatori finali in Germania sono, in base a una media ponderata, più alti che nel Regno Unito, nei Paesi Bassi e in Belgio e leggermente più bassi che in Italia. I prezzi più alti sono praticati sul mercato francese<sup>22</sup>. Nel periodo 1997-Maggio 1999, i prezzi tedeschi praticati ai clienti commerciali e ai clienti industriali di gas interrompibile e non interrompibile sono stati continuamente fra i più alti dei sei paesi summenzionati. Tale conclusione vale per i prezzi al lordo e al netto di imposte.

#### Posizione dominante individuale in una vecchia regione di demarcazione

245. Nella sezione pertinente dedicata agli operatori si è precisato che Ruhrgas, BEB, Thyssengas e VNG detengono ciascuna quote di mercato superiori al 50% nelle rispettive regioni in cui operano. Sebbene i vecchi accordi di demarcazione non siano più validi, è probabile che le imprese di trasporto a lunga distanza “tradizionali” attuino ancora fra di loro una notevole protezione del proprio territorio. In primo luogo, le imprese acquistano in comune il gas importato. Poiché fra le imprese esistono accordi chiari che stabiliscono la spartizione delle quote di gas importato in comune, nessuna impresa “attaccherà” l'altra sul suo territorio con la propria quota di gas importato. In secondo luogo esistono i cosiddetti accordi di vendita parallela. Mediante tali accordi la vendita di una delle parti nel territorio dell'altra parte può essere dedotta dall'obbligo di acquisto che la parte “attaccata” ha nei confronti della parte attaccante. [...]\*. In terzo luogo esistono timori di ritorsione. Sulla base di quanto precede, si ritiene che Ruhrgas, BEB, Thyssengas e VNG occupino una posizione dominante nella propria regione.

#### Posizione dominante oligopolistica

246. Si prevede che la crescita del mercato rimarrà stabile assestandosi al massimo al 2-3% l'anno. Anche se le parti hanno segnalato che tale crescita potrebbe avere l'effetto di generare una carenza di offerta [...]\*, tale crescita del mercato è da ritenersi di modesta entità.
247. L'elasticità della domanda di gas in rapporto al prezzo è limitata: la domanda di gas è alquanto anelastica. Da numerosi elementi contenuti nel dossier si evince che una “guerra dei prezzi” sarebbe dannosa poiché distruggerebbe i margini e che tanto i produttori quanto le imprese di trasporto all'ingrosso (si veda la sezione “ Le regioni definite in base ai vecchi criteri di demarcazione sono ancora rilevanti dato il timore di ritorsioni”) ne sono consapevoli e agiscono di conseguenza.
248. Alla luce della natura non concorrenziale del mercato evidenziata sopra, della ridotta crescita del mercato e della scarsa sensibilità della domanda alle variazioni dei prezzi, la Commissione ritiene che sul mercato tedesco del trasporto all'ingrosso a lunga

---

22. Tabella 3.13 in “Competition and Liberalisation in European Gas Markets – A Diversity of Models”, Jonathan P. Stern, Royal Institute of International Affairs, 1998.

distanza di gas naturale esista, già prima della concentrazione, una posizione dominante oligopolistica che vede coinvolte almeno Ruhrgas, BEB e Thyssengas.

249. L'elemento che maggiormente denota l'esistenza di una posizione dominante collettiva è il fatto che BASF, probabilmente il maggiore utilizzatore di gas naturale in Germania, ha ritenuto necessario investire in una propria rete di condotte per potere accedere a gas più economico. La società ha sfruttato l'influenza della sua domanda per favorire la creazione di Wingas.

#### Risultato della concentrazione

*Mobil è in una posizione unica che le consente di essere protagonista in un mercato tedesco del gas più liberalizzato*

250. Attualmente Mobil detiene una quota di mercato del [0-10]\*%. Questa cifra, tuttavia, è notevolmente al di sotto del suo potenziale competitivo sul mercato tedesco. [...]\*.
251. In Germania Mobil si trova in una situazione alquanto atipica. Mobil produce una quota sostanziale del gas tedesco ([...]\*%) e in questo modo assorbe il [...]\*% del consumo di gas tedesco. Mobil detiene inoltre una partecipazione azionaria in Erdgas Münster e in Ruhrgas (membro del consiglio di vigilanza). La società fa dunque parte dell'*establishment* del gas in Germania. Probabilmente per questo motivo Mobil ha potuto importare gas senza possedere una propria rete di condotte ad alta pressione attraverso accordi TPA soprattutto con BEB (suo partner nella produzione tedesca). [...]\*.
252. [...]\*
253. Le probabilità che Mobil introduca una maggiore competizione sul mercato tedesco grazie alla liberalizzazione svaniranno del tutto. A differenza di Mobil considerata singolarmente, l'entità che sarà costituita a seguito della fusione ha più da perdere che da guadagnare da una liberalizzazione, rispetto alle singole società Exxon e Mobil prima dell'operazione.

#### *Rafforzamento dei legami azionari fra Exxon/Shell e Ruhrgas*

254. La concentrazione avrà per effetto di rafforzare ulteriormente i legami azionari fra Exxon/Mobil e Shell da un lato e Ruhrgas dall'altro lato. Le parti sostengono, in base alla struttura formale di *corporate governance* di Ruhrgas ([...]\*), che tale effetto non aumenterà l'impatto della nuova entità su Ruhrgas ma piuttosto lo ridurrà.
255. [...]\*. Le partecipazioni di Exxon e Shell nella produzione europea di gas e nel commercio all'ingrosso di gas nei Paesi Bassi e in Germania sono tutte detenute in comune. Di conseguenza gli interessi economici di tali società sono paralleli. Ciò dovrebbe creare un solido presupposto per una comunanza di interessi, nonostante il fatto che Exxon e Shell abbiano due visioni distinte relativamente ad alcuni aspetti dell'attività di trasporto all'ingrosso, come dimostrano, ad esempio, le discussioni sul futuro ruolo di Gasunie. Ciò implica che, dopo la concentrazione, soltanto BP, e non Mobil, dovrà essere convinta ad allinearsi agli interessi comuni di Exxon/Shell. Di conseguenza l'entità creata dalla fusione avrebbe maggiori probabilità di accrescere la sua influenza di fatto su Ruhrgas.

256. Inoltre anche escludendo che l'entità nata dalla fusione possa accrescere la sua influenza su Ruhrgas, un rafforzamento dei legami azionari fra imprese che operano sullo stesso mercato aumenta le probabilità di utilizzo del potere di mercato. Al fine di valutare il livello di concentrazione esistente in tale mercato prima della concentrazione e l'impatto dell'operazione stessa, la Commissione ha calcolato indici HHI che tengono conto dell'esistenza di partecipazioni incrociate fra la maggioranza degli operatori presenti sul mercato. Tale calcolo si è basato sul lavoro di Bresnahan e Salop<sup>23</sup>. Supponendo di identificare BEB con i suoi proprietari, Exxon e Shell, l'indice HHI salirebbe di 139 punti da 4243 a 4382. Un simile incremento a questo livello di concentrazione è segno che esistono le premesse per un incremento sostanziale del potere di mercato.

#### *Controllo di Erdgas Münster, un potenziale concorrente*

257. A seguito dell'operazione di fusione, BEB e Mobil controllerebbero la struttura di *corporate governance* di EGM. Prima dell'operazione Mobil avrebbe un interesse a preservare la possibilità di trasformare l'unica impresa di trasporto a breve distanza che non dipenda dai servizi di trasporto all'ingrosso delle imprese di trasporto a lunga distanza in un potenziale concorrente in un futuro mercato liberalizzato. La possibilità che EGM diventi un potenziale concorrente sarebbe eliminata, post-concentrazione, con la costituzione di un controllo formale su EGM in quanto, a differenza di Mobil considerata singolarmente, l'entità nata dalla fusione ha più da perdere che da guadagnare da una liberalizzazione, rispetto alle singole società Exxon e Mobil prima dell'operazione.

#### *Conclusione*

258. Si può dunque concludere che la concentrazione rafforza (a) le singole posizioni dominanti di Ruhrgas, BEB e Thyssengas nella loro regione di attività e/o (b) la posizione dominante collettiva di Ruhrgas, BEB e Thyssengas sul mercato tedesco del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale. Di conseguenza la concorrenza effettiva sarebbe ostacolata in modo significativo su tali mercati.
259. Nella loro risposta, le parti spiegano che, poiché Mobil detiene [una quota di mercato di appena lo 0-10%]\*, [...] e che BEB e Thyssengas, le altre entità controllate dalle parti, hanno una quota di mercato di appena [il 10-20]\*%, l'operazione notificata non può ostacolare, e ancora meno ostacolare in modo significativo, la concorrenza qualunque sia la definizione del mercato. Le parti sostengono che il regolamento sulle concentrazioni introduce una verifica su due livelli e che tale principio è stato accettato dalla Commissione e confermato dai tribunali comunitari.
260. Tuttavia, come indicato sopra, i cambiamenti che la concentrazione determina sul mercato rilevante derivano non soltanto dalla posizione attuale di Mobil sul mercato del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale ma anche dal potenziale [...] di Mobil e dal rafforzamento dei legami azionari fra gli *incumbent*, come indicato nel calcolo dell'indice HHI.

---

23. Bresnahan, T.F. and Salop, S.C., "Quantifying the competitive effects of joint ventures", *International Journal of Industrial Organisation*, vol.4 (1986) pagg. 155-175.

## STOCCAGGIO SOTTERRANEO

### *Mercato del prodotto rilevante*

261. Gli impianti di stoccaggio sotterraneo sono impianti chiave per garantire forniture “modulate”. Questa osservazione è particolarmente pertinente nel caso della domanda di gas dei distributori locali. La Commissione, pertanto, concorda con le parti sul fatto che si tratta di un mercato del prodotto a se stante.

### *Mercato geografico rilevante*

262. Lo stoccaggio è di due tipi: stoccaggio **in giacimento** o stoccaggio in cavità (si veda la trattazione sul gas LCV/HCV). Il raggio economico dello stoccaggio in roccia porosa è inferiore a 200 chilometri, mentre la distanza economica dall'utente finale è limitata a 50 chilometri.

263. È dunque possibile delineare un mercato geografico rilevante distinto degli impianti di stoccaggio in giacimento nel sud della Germania, per la precisione un'area di circa 200 km intorno a Monaco di Baviera.

### *Impianti di stoccaggio sotterraneo nella Germania meridionale*

264. Esistono attualmente cinque impianti di stoccaggio sotterraneo in giacimento siti in prossimità di Monaco di Baviera. Inoltre tenendo conto che il raggio economico di un impianto di stoccaggio in giacimento è di 200 km, un altro impianto (Eschenfelden) copre l'intera regione di Monaco. Questi impianti approvvigionano il sud della Germania, che costituisce una parte sostanziale del mercato comune.

265. La seguente tabella offre una panoramica di questi impianti e riporta il volume di stoccaggio, il massimo tasso di prelievo e le partecipazioni azionarie.

NOME	PROPRIETARIO	VOLUME DI STOCCAGGIO (MMC)	PRELIEVO MAX. (MMC/giorno)
Wolfersberg	RWE-DEA 100%	[...]*	[...]*
Schmidthausen	Preussag, Mobil e BEB : 33,3% ciascuna	[...]*	[...]*
Breitbrunn-Eggstadt	RWE-DEA 80%; Mobil 20%	[...]*	[...]*
Breitbrunn	Ruhrgas	[...]*	[...]*
Bierwang	Ruhrgas	[...]*	[...]*
Inzenham-West	RWE-DEA	[...]*	[...]*
Eschenfelden	RG 2/3; EWAG 1/3	[...]*	[...]*
TOTALE		[...]*	[...]*

266. Della suddetta capacità il [...]\*.

267. RG ha un interesse (proprietà + locazione) come beneficiario nel [...]\*% del volume di stoccaggio e nel potenziale di prelievo giornaliero. [...]\*

268. Tuttavia le parti detengono una partecipazione in [...] dei 16 giacimenti bavaresi esauriti che possono ragionevolmente essere considerati idonei ad essere convertiti in impianti di stoccaggio sotterraneo per la regione di Monaco. Secondo le parti i quattro giacimenti esauriti in cui esse non detengono alcuna partecipazione potrebbero essere convertiti in impianti di stoccaggio con un volume di *working gas* di circa [...] MMC. Tuttavia secondo i titolari delle concessioni e altri terzi interessati, il potenziale di questi giacimenti sarebbe di appena [...] MMC circa e sono stati espressi dubbi in merito all'idoneità di alcuni dei giacimenti in questione.
269. Dall'altro lato i [...] giacimenti esauriti in cui le parti detengono una partecipazione hanno, secondo le parti, un volume di *working gas* di circa [...] MMC. Le parti detengono inoltre una partecipazione nei singoli giacimenti a maggiore potenziale in termini di volume di *working gas*.
270. [...]
271. Tuttavia, a seguito della concentrazione, queste opportunità nell'area di Monaco saranno valutate tenendo conto che BEB e Mobil detengono una partecipazione azionaria del 36% in Ruhrgas. Pertanto è molto meno probabile che (a) Exxon/Mobil inizi a competere nell'area e (b) che ai concorrenti di Ruhrgas sia dato modo di sviluppare ulteriori impianti di stoccaggio.
272. Si può dunque concludere che gli ostacoli all'entrata di potenziali concorrenti nel mercato dello stoccaggio di modulazione nel sud della Germania aumenteranno per effetto dell'operazione di concentrazione. L'operazione, pertanto, rafforza la posizione dominante di Ruhrgas sul mercato dello stoccaggio di modulazione nel sud della Germania (area di Monaco di Baviera).

## ELENCO DELLE ABBREVIAZIONI

### GAS NATURALE

BEB	<i>Joint venture</i> tedesca fra Exxon e Shell, attiva nel settore della produzione e del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale
DVGW	Deutscher Verein des Gas- und Wasserfaches, associazione industriale tedesca che delibera in materia di questioni tecniche concernenti il gas
EBN	Energie Beheer Nederland, la compagnia di Stato olandese attiva nel settore del petrolio e del gas
EGM	Erdgas Münster
HCV	High Calorific Value, potere calorifico superiore
kWh	Kilowattora
LCV	Low Calorific Value, potere calorifico inferiore
LDC	Local Distribution Company, impresa di distribuzione locale
LNG	Gas naturale liquefatto
MBTU	Milioni di British Thermal Unit
MMC	Milioni di metri cubi
NAM	Nederlandse Aardolie Maatschappij, <i>joint venture</i> fra Exxon e Shell per la produzione di gas
NRW	Nord-Reno-Westfalia
RG	Ruhrigas
SW	Stadtwerk (LDC tedesca)
TG	Thyssengas
TPA	Third Party Access, accesso di terzi
VNG	Impresa di trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale della Germania dell'est
VV Gas	Verbändevereinbarung Gas, il negoziato fra le federazioni industriali tedesche volto a gettare le basi della liberalizzazione del mercato



## D. OLI BASE, ADDITIVI E LUBRIFICANTI

### INTRODUZIONE

273. Il settore dei lubrificanti comprende tre diversi prodotti correlati verticalmente: oli base, additivi chimici e lubrificanti. L'olio base è miscelato con additivi chimici per produrre i lubrificanti.
274. Sulla base dell'indagine condotta sul mercato, la Commissione ritiene che l'operazione di fusione sia atta a creare una posizione dominante di Exxon e BP/Mobil sul mercato SEE degli oli base.

### DESCRIZIONE E FUNZIONAMENTO DEL MERCATO

#### *Gli oli base sono il prodotto finale della raffinazione del greggio*

275. Gli oli base utilizzati nella formulazione dei lubrificanti sono, in genere, oli minerali prodotti dai raffinatori di petrolio a partire dai residui del greggio che si ottengono dalla separazione degli altri principali prodotti petroliferi. Una minima parte del mercato degli oli base è costituita dai cosiddetti esteri o PAO (polialfaolefine), che sono il risultato di processi chimici.
276. Gli oli base presentano varie caratteristiche di prestazione a seconda della loro diversa composizione chimica/fisica che dipende dalle **cariche di greggio** e dai diversi **processi di raffinazione**. Gli oli base sono **classificati** in base alle loro **caratteristiche**. Alcuni organismi indipendenti (**API/ACEA/ATIEL**) hanno elaborato una serie di norme che consentono di sorvegliare attentamente la qualità degli oli base.<sup>24</sup>

#### *Caratteristiche*

277. Un olio base è classificato in base alla sua viscosità, al suo indice di viscosità (IV), alla sua volatilità e ad una serie di specifiche accessorie.
278. La *viscosità* indica la resistenza di un fluido allo scorrimento. Condizioni di alta velocità/bassa temperatura/bassa pressione determinano un olio a bassa viscosità. Condizioni di bassa velocità/temperatura elevata/alta pressione determinano un olio ad elevata viscosità. La viscosità è espressa in gradi ma, a scopo di semplificazione, la Commissione farà riferimento a oli base a bassa viscosità (i cosiddetti "*light neutral*" o LN, ovvero oli neutri leggeri) e oli base ad alta viscosità (i cosiddetti "*heavy neutral*" o HN, ovvero oli neutri pesanti, e i "*solvent bright stock*" o SBS).
279. L'*indice di viscosità* è una delle più importanti caratteristiche di quasi tutti i prodotti lubrificanti e rappresenta la capacità di scorrimento a determinate temperature. Tutti i lubrificanti cambiano viscosità con il variare della temperatura (diventano più fluidi se la temperatura aumenta). La viscosità varia in misura diversa a seconda dell'olio

---

24. API: American Petroleum Institute, istituto che raggruppa le compagnie petrolifere; ACEA: association des constructeurs européens d'automobile; ATIEL: association technique de l'industrie européenne des lubrifiants. I rispettivi ruoli di questi organismi sono illustrati nella presente sezione.

base. Questa variazione è misurata tramite un “indice di viscosità” e uno specifico olio base avrà pertanto un certo “IV”. Tanto più alto è l'indice IV di un olio, tanto minore è la sua tendenza a mutare viscosità con l'aumento di temperatura. Soprattutto negli oli per motori, tale caratteristica è fondamentale per garantire un'efficace lubrificazione. Gli oli base possono essere classificati in base al loro indice di viscosità come LVI, MVI, HVI, VHVI, e XHVI. Sono termini di marketing che, sebbene non riconosciuti da Exxon e Mobil, sono utilizzati diffusamente nel settore. La tabella che segue contiene la definizione dei termini utilizzati nel presente documento:

LVI	IV = 80 - <90
MVI	IV = 90 - < 95
HVI	IV = 95 - < 109
VHVI	IV = 109 - <120
XHVI	IV = >120

280. La *volatilità* è un aspetto importante negli oli per motori e nel loro tasso di evaporazione. Più un liquido petrolifero è volatile, maggiore sarà il suo tasso di evaporazione. La volatilità è correlata all'andamento della curva di distillazione e si misura in Noack.
281. Il *punto di scorrimento* è la temperatura più bassa a cui l'olio scorre. Ovviamente è una caratteristica molto importante negli oli per motore e in altri lubrificanti utilizzati a bassa temperatura. Il punto di scorrimento è direttamente correlato al tipo di greggio e al tipo di lavorazione utilizzati.

### ***Classificazione***

282. A seconda delle loro caratteristiche, gli oli base sono raggruppati in 5 categorie che vanno dall'olio base tradizionale con un indice di viscosità 80 - 120 e un livello accettabile di impurità (gruppo I) agli oli base con un indice di viscosità di 120 o superiore (gruppo III)<sup>25</sup> fino alle PAO (gruppo IV) utilizzate nei lubrificanti di sintesi ad elevato indice di viscosità. Il gruppo V comprende tutti gli altri oli base, quali gli oli naftenici e gli oli a base di esteri di elevatissima qualità.

### ***Cariche di greggio***

283. Gli oli base possono essere classificati in base al tipo di greggio: greggio paraffinico, greggio naftenico e greggio a base mista. Il greggio paraffinico è il tipo di greggio più comunemente utilizzato per gli oli base, anche se il greggio naftenico possiede caratteristiche superiori che lo rendono adatto ad alcune applicazioni. Poiché le parti hanno dichiarato di non produrre olio base naftenico in nessuna regione del mondo, la valutazione si limiterà all'olio base paraffinico.

---

25. Il gruppo II attualmente non è utilizzato nel SEE.

284. La scelta della gamma dei greggi da trattare ha un impatto sulla capacità di produzione di una raffineria di oli base. La differenza fra un greggio adatto alla produzione di oli base e un greggio non indicato per questo tipo di produzione è dovuta alla concentrazione di molecole e alla facilità con cui tali molecole sono estratte dal greggio. La qualità Arab Light è considerata ottima per la produzione di olio base, a differenza, ad esempio, dei greggi provenienti dall'Africa occidentale.
285. Poiché le raffinerie di oli base sono solitamente integrate nelle raffinerie di combustibili con cui condividono molti impianti, la scelta della gamma dei greggi è determinata anche dall'analisi economica dell'intera gamma di produzione della raffineria in cui è sito l'impianto di produzione dell'olio base. Il greggio necessario alla raffineria di combustibili può determinare, entro una certa misura, il livello di produzione di olio base (e viceversa).

### ***Additivi***

286. Gli additivi sono sostanze chimiche che, miscelate agli oli base, consentono di ottenere oli con specifiche proprietà lubrificanti. I lubrificanti utilizzano specifici additivi a seconda delle applicazioni e del tipo di olio base. Gli additivi si suddividono in due categorie: pacchetti di inibitori detergenti (o “pacchetti DI”) e miglioratori dell'indice di viscosità (o “miglioratori IV”). Nella maggioranza delle applicazioni cui sono destinate i lubrificanti per autotrazione, i miglioratori IV devono essere utilizzati con pacchetti DI. Va osservato che tutti gli additivi utilizzano gli oli base come supporto.
287. I pacchetti DI servono a sospendere i contaminanti dell'olio e i prodotti derivati della combustione e ad evitare l'ossidazione dell'olio con la conseguente formazione di residui e depositi di lacche. Solitamente un pacchetto DI include circa 6 singoli componenti additivi, i più importanti dei quali sono detergenti, disperdenti, inibitori della corrosione e antiossidanti. La combinazione di questi componenti e la loro quantità varia a seconda dell'utilizzo finale e delle specifiche del lubrificante finito.
288. I **miglioratori IV** modificano le caratteristiche viscosimetriche dei lubrificanti riducendo il tasso di fluidificazione ad alte temperature e il tasso di ispessimento a basse temperature. I miglioratori IV, quindi, esaltano le caratteristiche di prestazione alle basse e alle alte temperature. Possono essere considerati ispessenti di sintesi che sono piuttosto inattivi a temperature più basse ma reagiscono con il calore per contrastare la naturale tendenza dell'olio base a fluidificarsi a temperature più elevate. Tutti i lubrificanti polivalenti per motori contengono miglioratori IV.
289. Il mercato degli additivi è molto concentrato. I cinque maggiori fornitori controllano oltre il 90% del mercato mondiale. Lubrizol è leader del mercato, con una quota del [30-40]\*%. Infineum (*joint venture* che riunisce le partecipazioni di Exxon e Shell nel comparto additivi) si colloca al secondo posto con il [30-40]\*%. Ethyl e Oronite (di proprietà di Chevron) detengono ciascuna una quota di circa il [10-20]\*%.

### ***Lubrificanti***

290. I lubrificanti trovano impiego in varie applicazioni ma la loro principale funzione è di ridurre l'attrito e l'usura fra parti in movimento. A seconda del campo di applicazione, i lubrificanti si dividono in quattro categorie generali: "lubrificanti per autotrazione", "lubrificanti per uso industriale", "lubrificanti per la nautica" e "lubrificanti per

aviogetti", utilizzati nei turboreattori. I lubrificanti finiti sono prodotti dai 'miscelatori', che provvedono a **miscelare** additivi chimici e oli base per ottenere le caratteristiche volute.

291. Il 50% circa del consumo di lubrificanti riguarda applicazioni nel settore automobilistico, il 48% è assorbito da applicazioni industriali (inclusa una quota significativa costituita dagli "oli di processo" - 36%). La percentuale rimanente è costituita da lubrificanti per la nautica e per aviogetti. I lubrificanti per aviogetti sono trattati nella sezione F in appresso.

#### Lubrificanti per autotrazione e lubrificanti per uso industriale

292. I lubrificanti per autotrazione includono lubrificanti per motori di veicoli (commerciali e per trasporto passeggeri), liquidi per trasmissioni, oli per freni, lubrificanti per cambi e differenziali, ecc.
293. I lubrificanti per uso industriale includono lubrificanti per ingranaggi industriali, fluidi per la lavorazione dei metalli, lubrificanti per turbine, oli per trasformatori, oli per compressori, oli per circuiti idraulici e oli di processo/estratti aromatici (utilizzati come componenti nella produzione, fra l'altro, di pneumatici). I lubrificanti per uso industriale devono possedere specifiche caratteristiche, che sono conferite dagli additivi.

#### Sviluppo dei lubrificanti

294. Lo sviluppo dei lubrificanti comporta l'interazione di quattro categorie di operatori: i produttori di oli base, i produttori di additivi, i miscelatori di lubrificanti e l'organismo che fissa gli standard di qualità (che può essere un Original Equipment Manufacturer - OEM, ad esempio un costruttore di veicoli, oppure un cliente finale industriale). I lubrificanti sono sviluppati in due fasi in cui intervengono il cliente, che definisce le specifiche del prodotto, il miscelatore, che sceglie i fornitori, e il produttore di additivi che conferirà al lubrificante particolari caratteristiche.
295. La prima fase vede l'interazione fra il miscelatore e l'OEM (o altro utente finale), i quali di concerto individuano le caratteristiche tecniche che il nuovo lubrificante dovrà possedere.
296. La seconda fase vede l'interazione fra il miscelatore e il produttore di additivi. Il fornitore di additivi deve poi sviluppare un pacchetto additivo che, con l'olio base prescelto, sia in grado di conferire al lubrificante le proprietà ricercate. Il fornitore di additivi può anche, di sua iniziativa, fare in modo che i suoi pacchetti additivi siano compatibili con gli oli base disponibili, spesso all'insaputa o senza la collaborazione del miscelatore.
297. Il miscelatore del lubrificante finito può specificare quale olio base deve essere utilizzato con il pacchetto additivo, oppure può fare affidamento sugli oli base per i quali il fornitore di additivi ha già formulato un pacchetto additivo. Il pacchetto additivo conferisce al lubrificante le caratteristiche volute al minor costo possibile. Una volta composta, la miscela è sottoposta a vari programmi di prove consolidate che consentono di verificarne le prestazioni.

298. Secondo i fornitori di additivi, il programma di prove è finanziato o dal produttore di lubrificanti o dal produttore di additivi, a seconda di chi ha avviato lo sviluppo del prodotto e in base all'accordo commerciale concluso fra le parti.
299. I produttori di additivi tendono a sviluppare anche pacchetti additivi generici (i cosiddetti 'pacchetti *off the shelf*'), che sono adatti ad essere miscelati con vari oli base<sup>26</sup>. In tal caso, è il fornitore di additivi ad effettuare l'investimento necessario affinché tali 'pacchetti *off the shelf*' soddisfino i requisiti specificati. L'investimento dipenderà dall'esistenza di una cosiddetta 'copertura', ovvero la possibilità di utilizzare vari oli base di diversi produttori in quanto gli effetti che l'impiego di oli base di case diverse produce sul lubrificante finale sono noti e documentati. In assenza di tale 'copertura', sarà avviato un "programma di interscambio" che condurrà alla stesura di un documento tecnico (*read-across*) che riporterà i risultati ottenuti combinando l'olio base con una data quantità di additivo. Secondo i fornitori di additivi e i miscelatori di lubrificanti, utilizzare 'pacchetti *off the shelf*' costa molto di più che non utilizzare un pacchetto additivo specifico per un determinato olio base. Un pacchetto additivo generico dovrebbe essere concepito per potere funzionare con l'olio base 'più debole' in ciascuna prova al banco. Poiché oli base diversi possono avere comportamenti contrastanti e richiedere una diversa quantità di additivi, l'olio più debole in una qualsiasi prova potrebbe essere di volta in volta diverso. In altri termini, per soddisfare i requisiti di prestazione predefiniti, alcuni oli base dovrebbero essere miscelati con una maggiore quantità di additivi.

#### Requisiti di qualità dei lubrificanti per uso industriale e per la nautica

300. I lubrificanti per uso industriale e per la nautica sono approvati a seguito di prove commerciali oppure risultano conformi ad una 'specifica del prodotto' standard (ad esempio ISO o DIN). Sebbene il processo di accreditamento delle prestazioni sia mantenuto 'in fabbrica' (a differenza di quanto accade per i lubrificanti per autotrazione), la combinazione olio base / additivo è importante. I clienti industriali acquistano i prodotti in base alla loro reputazione sul piano delle prestazioni, che deve essere tutelata. La sostituzione di un olio base con un altro olio base richiederebbe l'esecuzione di prove di convalida su una serie di prodotti chiave e parametri di prestazione critici. Alcune prove industriali atte a verificare che gli additivi non si comportino in maniera diversa se miscelati con un altro olio base richiedono molto tempo (ad esempio una prova di ossidazione richiede 4000 ore) e impediscono una rapida sostituzione dell'olio base. Secondo i fornitori di additivi, l'iter di accreditamento dei lubrificanti per uso industriale e per la nautica può talvolta richiedere un anno ma in genere dura 6 mesi. I costi di accreditamento vanno generalmente da 25.000 USD a 50.000 USD per accreditamento.

#### Sistemi di definizione degli standard e di accreditamento relativi ai lubrificanti per autotrazione

301. Il sistema europeo di definizione degli standard relativo ai lubrificanti per autotrazione assegna un ruolo preponderante agli OEM. A richiedere questo tipo di prodotti, infatti, sono singoli clienti che non hanno né i mezzi né la competenza per

---

26. Come confermato dai concorrenti, tutti i produttori di pacchetti DI dispongono di approvazioni generiche per gli oli base Exxon, Mobil e Shell a disposizione dei clienti di oli base.

verificare che il lubrificante acquistato sia quello più adatto alle proprie esigenze. Tale ruolo è attualmente svolto dall'ACEA, che rappresenta gli interessi di tutti i costruttori europei di autovetture e automezzi pesanti. Nel dicembre 1995 l'ACEA ha introdotto un nuovo sistema di classificazione che consiste in nove diverse sequenze volte a definire la qualità degli oli per motori venduti nelle stazioni di servizio europee. Il sistema si basa su un programma di prove fisiche, chimiche e motoristiche simili a quelle utilizzate negli Stati Uniti ed elaborate dall'API (American Petroleum Institute). Esso consiste in due codici di autoregolamentazione — uno messo a punto dall'ATC (il comitato tecnico dei produttori europei di additivi petroliferi) e l'altro sviluppato da ATIEL (Association Technique de l'Industrie Européenne des Lubrifiants) — e definisce le procedure per lo sviluppo, l'applicazione e la comunicazione dei necessari dati sulle prestazioni.

302. ATIEL e ATC regolamentano le condizioni in cui i fornitori di lubrificanti e i fornitori di additivi possono sostituire i componenti dei loro lubrificanti o dei loro pacchetti additivi pur continuando a utilizzare i dati di prove precedenti e a indicare, per i loro prodotti, le stesse caratteristiche. L'ATIEL, che raggruppa i fornitori di lubrificanti (integrati a livello pan-regionale e nazionale), ha stabilito una nomenclatura atta a identificare i lubrificanti conformi agli standard ACEA. L'ATIEL, inoltre, regola, in un codice di prassi, le condizioni in cui i miscelatori possono modificare i componenti del lubrificante (principalmente cambiando il miglioratore IV o l'olio base) pur continuando a indicare la conformità agli standard di prestazione per i quali il lubrificante è stato sottoposto a prove. L'ATC mette a punto un codice di prassi che descrive le prove che un lubrificante deve superare prima che possa vantare una serie di caratteristiche tecniche e stabilisce quali strumenti devono essere utilizzati per la registrazione e l'esecuzione delle prove e per la comunicazione dei relativi dati.
303. L'accreditamento ACEA/API è concesso per la miscela composta da uno specifico olio base e da uno specifico pacchetto additivo a seguito di una serie di prove. L'approvazione specificherà esplicitamente i componenti utilizzati nel lubrificante miscelato. L'olio base di uno specifico produttore e il pacchetto additivo identificato sono prescritti nella formulazione accreditata. Poiché l'accreditamento è valido soltanto per l'olio base di uno specifico produttore e non per gli oli base di qualità comparabile di altri produttori<sup>27</sup>, per ogni formulazione (ovvero combinazione di oli base e pacchetti additivi) deve essere indicata la conformità alle norme ACEA o API. Se un miscelatore desidera sostituire uno o più componenti con altri componenti (olio base o additivi), la formulazione deve essere sottoposta a prove secondo le procedure stabilite dall'API o dall'ACEA.
304. Secondo i fornitori di additivi, il processo di accreditamento può richiedere da un mese a più di un anno ma in genere dura 6 mesi. I costi di accreditamento vanno da 50.000 USD a vari milioni di USD per accreditamento ma di solito sono compresi fra 200.000 USD e 400.000 USD (per l'ACEA e l'API serve un accreditamento distinto). L'esatta entità dell'investimento (in termini sia di tempo sia di denaro) dipende da numerosi fattori, ovvero il livello di prestazione, le prove precedentemente eseguite e il grado di modifica richiesto.<sup>28</sup> L'intercambiabilità è più o meno facile a seconda del

---

27. Esistono eccezioni per gli oli base del gruppo III e del gruppo IV

28. Come descritto in documenti quali 'API 1509' e 'codice di autoregolamentazione Atiel'.

fatto che il nuovo fornitore (di olio base o di additivi) abbia già ottenuto o meno l'accreditamento con l'olio base o gli additivi preferiti. Se questa 'copertura' non esiste, il costo da sostenere per completare un "programma di interscambiabilità" sarebbe compreso fra 100 000 USD (per un programma semplice di *read-across* sugli oli base) e 1 000 000 USD (per un protocollo di prove complesso relativo a oli base poco commerciati), supponendo che la combinazione olio base/additivi sia tecnicamente in grado di raggiungere il livello di prestazione voluto.

305. Qualora un miscelatore fosse costretto a sostituire l'olio base con un olio base poco commerciato, sarebbe necessario un programma di prove più completo, ad un costo compreso fra 500 000 USD e 1 milione di USD. Tale processo richiederebbe almeno 18 mesi.
306. Tutti gli OEM hanno adottato le prescrizioni ACEA (o API) come requisiti minimi di qualità dei lubrificanti. Alcuni singoli OEM, ad esempio Mercedes-Benz in relazione ai lubrificanti per autotrazione e Volvo in relazione ai lubrificanti per automezzi pesanti, impongono limiti più rigorosi, che richiedono l'esecuzione di ulteriori prove con altri parametri di prestazione e la certificazione nel materiale specifico di loro produzione. L'approvazione dell'OEM viene concessa a seguito di ulteriori prove (prove al banco e sul campo) e di ulteriori investimenti in termini di tempo e denaro. Ogni OEM conserva un certo margine di libertà e flessibilità nell'approvare i prodotti, anche nel campo dell'intercambiabilità degli oli base. Le imprese produttrici di additivi forniscono servizi finalizzati ad ottenere le approvazioni degli OEM, sebbene alcuni OEM esigano che le prove siano eseguite da organismi indipendenti.
307. Un miscelatore di lubrificanti deve immagazzinare gli oli base accreditati da ACEA/API separatamente dagli oli base che non hanno o non necessitano di tale accreditamento. Per risparmiare sulla capacità di stoccaggio, o per aumentare il proprio potere di acquisto nei confronti del fornitore di oli base, il miscelatore potrebbe decidere di non differenziare lo stoccaggio in base all'applicazione cui è destinato il lubrificante. In tal caso tenderebbe a utilizzare l'olio base impiegato nei lubrificanti accreditati da ACEA/API sia per le applicazioni industriali sia per le applicazioni nel settore automobilistico.

## **DEFINIZIONE DEL MERCATO**

### ***Mercati del prodotto***

#### Oli base

308. Secondo le parti, gli oli base sono prodotti omogenei e, in quanto tali, costituirebbero un unico mercato del prodotto rilevante a prescindere dalla loro applicazione o dal gruppo di appartenenza. Come spiegato sopra, i lubrificanti trovano impiego in numerose applicazioni, ognuna delle quali richiede un diverso olio base con caratteristiche diverse. Si potrebbe dunque sostenere che esistono tanti mercati del prodotto rilevanti quanti sono gli specifici requisiti. Sembra tuttavia che vi sia una notevole sostituibilità dal lato dell'offerta, ovvero la stessa raffineria potrebbe produrre qualsiasi qualità di olio base del gruppo I. Infine gli oli base del gruppo I e dei gruppi III/IV non risultano appartenere allo stesso mercato del prodotto rilevante.

*Sostituibilità dal lato della domanda: non è possibile distinguere fra applicazioni industriali e applicazioni nel settore automobilistico*

309. Il seguente elenco mostra i requisiti tecnici degli oli base a seconda del tipo di applicazione per la quale il miscelatore intende utilizzare l'olio base:
- Lubrificanti per carter: gruppo I (HVI), gruppo II (ma non in Europa), gruppo III (VHVI e XHVI), gruppo IV (oli base di sintesi) e gruppo V;
  - Lubrificanti per trasmissioni e per cambi e differenziali: gruppo I (MVI e HVI) e gruppo III/IV;
  - Lubrificanti per uso industriale e lubrificanti per la nautica: gruppo I (LVI, HVI e HVI) e gruppo II;
  - Produttori di additivi: gruppo I (LVI, HVI) e gruppo III (XHVI);
  - Prodotti da esportazione, cere e oli di processo: gruppo I : LVI, MVI e HVI;
  - Oli bianchi: gruppo I e III;
  - Lubrificanti per aviogetti e alcuni lubrificanti per uso industriale: gruppo IV (oli base di sintesi) e gruppo V.
310. Come si evince dal suddetto elenco, la maggioranza degli oli base del gruppo I può trovare impiego nelle applicazioni industriali e nel settore automobilistico, salvo alcune eccezioni (in particolare le qualità LVI, utilizzate nella produzione di oli per l'industria della gomma, oli per refrigeratori, grassi lubrificanti, oli per ammortizzatori e fluidi per la lavorazione dei metalli). Inoltre dall'indagine di mercato emerge che sono minime le differenze di qualità o di prezzo fra gli oli base del gruppo I per applicazioni industriali e gli oli base destinati ad applicazioni nel campo automobilistico e che l'offerta non è differenziata.

*La sostituzione dal lato dell'offerta è possibile con gli oli base del gruppo I*

#### *Indice di viscosità*

311. In Europa oltre il 90% degli oli base è di tipo HVI. Sul piano dell'indice di viscosità, gli oli base non sono prodotti fungibili, in quanto ogni tipo di lubrificante richiede uno specifico indice di viscosità (IV) che determina le caratteristiche tecniche. Un produttore di oli base concorrente ha indicato, ad esempio, che *‘gli oli HVI con 150 di viscosità, una bassa volatilità e un IV inferiore a 99 costituiscono un importante sottogruppo per le applicazioni nel settore automobilistico’*. Negli stabilimenti dell'utente è necessario mantenere separati i vari oli base per preservare le caratteristiche di prodotto accreditato.
312. Un raffinatore può tuttavia ottenere oli base del gruppo I con indici di viscosità superiori mediante estrazione con solventi ricorrendo ad un trattamento più intensivo. Questa sostituibilità dell'offerta riduce la resa e ha dunque un effetto sulla capacità produttiva dell'impianto di produzione dell'olio base. Il calo di resa può essere sostanziale ed avere un impatto sulla capacità di produzione degli oli base (10% o più



a seconda del greggio e dalle attrezzature di cui dispone la raffineria). Ad ogni modo un trattamento più intensivo non consente di ottenere gli IV assai elevati che sono tipici degli oli base del gruppo III. L'impiego di additivi supplementari nella formulazione del lubrificante finito può compensare il basso IV dell'olio base. Il risultato in termini di IV dipende anche dalla configurazione della raffineria e dalla carica utilizzata per la produzione del lubrificante.

#### *Viscosità e altre caratteristiche*

313. Gli oli base del gruppo I ottenuti attraverso il normale processo di separazione mediante estrazione con solventi possono essere suddivisi in due categorie in base alla viscosità: oli base a bassa viscosità o leggeri (ad esempio N150) e oli base ad elevata viscosità o più pesanti (ad esempio 500N e *bright stock*). Gli oli base più leggeri sono utilizzati di preferenza nelle regioni a clima temperato e trovano impiego nella formulazione di lubrificanti per motori di veicoli, che richiede oli a bassa viscosità. Questi oli offrono migliori prestazioni e possiedono proprietà che consentono un migliore controllo delle emissioni e un migliore consumo di carburante. All'esterno del SEE e del nord America sono richiesti prevalentemente oli a più alta viscosità per via del clima più caldo. Exxon, Shell, BP/Mobil, Total e Elf, ad esempio, ne esportano notevoli quantità verso le loro filiali africane, asiatiche e latino-americane. In una certa misura si osserva una differenziazione della domanda anche fra l'Europa del nord (oli base più leggeri) e del sud (oli base più pesanti).
314. Le parti sostengono che la relativa ripartizione dei volumi fra oli neutri leggeri e oli neutri pesanti può essere modificata in misura sostanziale, in base alla qualità di greggio, alla capacità di distillazione, ai requisiti imposti dalla domanda e ai limiti legati alle attrezzature. Sebbene esista una certa sostituibilità dell'offerta sul fronte della produzione, l'indagine condotta sul mercato ha rivelato che tale sostituzione è possibile soltanto entro un certo limite, in quanto una specifica carica può garantire soltanto una limitata produzione di oli base leggeri.

#### *Gli oli base del gruppo I non sono sostituibili con gli oli base del gruppo III e del gruppo IV*

315. Esistono notevoli differenze di prezzo fra i vari gruppi di oli base. Il gruppo III, ad esempio, costa da due a quattro volte più del gruppo I HVI. Inoltre gli oli base del gruppo I e del gruppo III possono essere prodotti con le stesse attrezzature di raffinazione (anche se i serbatoi della raffineria devono essere utilizzati per contenere gli oli base del gruppo III, in modo da evitare commistioni con gli oli base del gruppo I) ma non sono prodotti a partire dalla stessa carica. Gli oli base del gruppo I sono prodotti da greggio o da frazioni di greggio (greggio ridotto, gasolio sotto vuoto, residui) mentre gli oli base del gruppo III sono prodotti dal residuo di fondo proveniente da alcuni impianti di *hydrocracking* (residuo di *hydrocracking*) nelle raffinerie di combustibili. Le polialfaolefine (PAO) del gruppo IV sono ottenute con un processo chimico.
316. Gli oli base appartenenti al gruppo III e al gruppo IV sono utilizzati per produrre lubrificanti ad alto valore aggiunto. Talvolta sono anche miscelati con oli base a indice di viscosità inferiore per ottenere un lubrificante finito dalle proprietà avanzate (ad esempio l'olio base HVI può essere miscelato con oli base di sintesi per produrre i lubrificanti finiti, anche se miscelare questo equivalente del gruppo III è più costoso

di quanto non sia acquistare gli oli base del gruppo III sul mercato). Analogamente i raffinatori possono cambiare la qualità di greggio o raffinare ulteriormente il prodotto ottenuto in modo da modificare la qualità degli oli base di uno specifico gruppo da loro prodotto (per quanto non in misura tale da ottenere le proprietà degli oli di gruppo superiore). Infine è possibile miscelare con gli oli base quantità aggiuntive di additivi in modo da migliorare le proprietà.

317. In Europa oltre il 95% degli oli base appartiene al gruppo I, mentre gli oli del gruppo III rappresentano in realtà meno del 5% del mercato. L'indagine condotta sul mercato mostra che probabilmente nei prossimi anni si registrerà una crescita del gruppo III pari all'8,5% l'anno, mentre la quota rappresentata dal gruppo I diminuirà dello 0,5 % l'anno. La domanda di oli del gruppo I sta diminuendo a causa dell'evoluzione della tecnologia dei motori, dei requisiti sempre più rigorosi imposti dagli OEM per quanto riguarda il consumo di carburante, le prestazioni e gli intervalli di scarico dell'olio e di una maggiore severità della normativa in materia di emissioni.
318. Sulla base di quanto precede, gli oli base del gruppo III e del gruppo IV possono essere considerati mercati del prodotto diversi da quello degli oli base del gruppo I. La tendenza economica è quella di massimizzare l'impiego degli oli base del gruppo I e di soddisfare le specifiche dei lubrificanti tenendo conto del fattore costo nella scelta degli oli base e degli additivi. Nella formula di un lubrificante finito si sceglie di utilizzare un olio base del gruppo III o del gruppo IV quando le specifiche proprietà dell'olio (e non soltanto l'indice IV) compensano il maggiore costo da sostenere per raggiungere il livello di prestazione richiesto. [...]\*, non è necessario descrivere ulteriormente il gruppo III e il gruppo IV come mercati del prodotto distinti (attualmente gli oli del gruppo II non sono utilizzati nel SEE).

#### Additivi

319. Secondo la decisione 'JV Infineum' della Commissione, 'i miglioratori IV, i pacchetti DI per applicazioni in campo automobilistico e i pacchetti DI per applicazioni industriali costituiscono mercati distinti.<sup>29</sup> Per quanto riguarda i pacchetti DI utilizzati nella produzione di lubrificanti per autotrazione, le parti hanno identificato soltanto un mercato interessato dall'operazione. Quanto ai pacchetti DI utilizzati nella produzione di lubrificanti per motori e trasmissioni, i risultati dell'indagine indicano che, nell'ottica della domanda, questi prodotti probabilmente non costituiscono un unico mercato del prodotto, in quanto potrebbero esistere mercati diversi a seconda dell'applicazione. Tuttavia, poiché Mobil rappresenta meno del [...]\*% della produzione di additivi, non è necessario descrivere ulteriormente il mercato del prodotto per quanto riguarda i pacchetti DI impiegati nella produzione di lubrificanti per motori e trasmissioni.

#### Lubrificanti

320. L'operazione notificata non suscita preoccupazioni in ordine alla concorrenza in nessuno dei possibili mercati dei lubrificanti (fatta eccezione per i lubrificanti per l'aviazione), dunque la questione della definizione dei mercati del prodotto rilevanti può essere lasciata aperta.

---

29. Caso IV/M.1137 - Exxon/Shell del 25/05/1998.

## ***Mercati geografici rilevanti***

### Oli base

321. Le parti ritengono che il mercato degli oli base comprenda come minimo il SEE ma abbia più probabilmente dimensioni mondiali. Le parti basano la loro asserzione sulle considerazioni che seguono. In primo luogo gli stessi tipi di oli base sono venduti e utilizzati in tutto il mondo. In secondo luogo gli oli base possono essere trasportati economicamente su lunghe distanze ed è già significativa la quantità movimentata dall'area SEE. In terzo luogo i prezzi degli oli base e i margini lordi presentano una qualche correlazione. Da una più attenta analisi, nessuna di queste asserzioni risulta essere confermata. Il mercato, dunque, è limitato al SEE.
322. I prezzi degli oli base e i margini nelle varie regioni del mondo indicano che il SEE costituisce un mercato geografico rilevante distinto.
323. I prezzi FOB sono da sempre diversi nel SEE, negli USA e in Asia. I prezzi IABP (*inter-affiliate billing price*, prezzi interaffiliate) di Exxon a Singapore e negli USA superano in media i prezzi SEE di una percentuale compresa fra [...] \*% (per SN 150 a Singapore) e [...] \*% (per SN 600 negli USA). Questa differenza è ancora più palese se si tiene conto dei costi del trasporto. Le parti spiegano che il trasporto dalla Sicilia al Medio Oriente costa attorno a [...] \* USD a tonnellata. Anche supponendo che tale dato rappresenti una stima dei costi di trasporto dall'Asia al SEE e presumendo che i costi di trasporto all'interno dell'area SEE siano il [...] \*% dei prezzi allo sbarco, i prezzi di Exxon praticati a Singapore sono comunque più elevati dei prezzi SEE. Soltanto i prezzi 1998 e 1999 a Singapore sarebbero tali da rendere redditizie le importazioni nel SEE nel caso di un ipotetico aumento dei prezzi SEE pari al [...] \*%. Questi prezzi, tuttavia, sono il risultato della crisi nel sud-est asiatico ed è improbabile che si assestino definitivamente su tali livelli. [...] \*<sup>30</sup>
324. Un altro elemento importante è il fatto che i prezzi all'esportazione dal SEE sono stati generalmente più bassi dei prezzi praticati nel SEE. Le parti hanno calcolato che questa differenza ammonta in media a [...] \* USD a tonnellata, ovvero i prezzi all'esportazione sarebbero del [...] \*% al di sotto dei prezzi attualmente praticati nel SEE. Tale differenza è pressappoco equivalente ai costi di nolo e mostra che non è possibile alcun arbitraggio fra il SEE e altre regioni del mondo, salvo circostanze eccezionali quali la crisi asiatica. Questo aspetto è sottolineato dal fatto che gli scambi sono pressoché assenti.
325. Da sempre l'Europa è il produttore di oli base con la maggiore capacità eccedente ed è pertanto un produttore flessibile. Le esportazioni dall'Europa verso l'Asia, l'Africa, l'Estremo Oriente e l'America Latina sono state consistenti in passato, giacché questi paesi necessitavano di oli base più pesanti.
326. In questi paesi, che in passato erano importatori netti di oli base europei, sono stati annunciati o sono emersi piani di ampliamento della capacità produttiva (principalmente in relazione ai gruppi II - III attraverso progetti Exxon, Mobil o Shell). La produzione eccedente del SEE è essenzialmente composta da qualità

---

30. [...] \*

pesanti per le quali si registra una domanda contenuta nel SEE e una domanda sufficiente all'esterno del SEE. Le qualità pesanti (ad esempio il *Solvent Neutral 600*) sono quindi vendute a prezzo più basso sul mercato di esportazione a pronti. La produzione eccedente di qualità leggere (ad esempio il *Solvent Neutral 150*) è venduta sul mercato SEE. Le esportazioni riguardano principalmente le qualità pesanti. In base alle cifre fornite dai nove più importanti concorrenti di Exxon e BP/Mobil, la ripartizione delle esportazioni in base alla viscosità è la seguente: 24,3% per gli oli neutri leggeri, 12,63% per gli oli neutri medi e 63% per gli oli neutri pesanti. Le qualità pesanti sono utilizzate anche come oli di processo.

327. Exxon ha spiegato nei suoi documenti gestionali che [...] \*<sup>31 32 33 34 35 36 37</sup>.
328. Se i prezzi SEE aumentassero, ad esempio, del 5% rispetto ai prezzi di Singapore, le importazioni nel SEE non riuscirebbero a competere prontamente con la produzione SEE. Poiché le formulazioni di lubrificanti sono vincolate dalle norme di interscambiabilità degli oli base fissate dall'ACEA e dall'API, occorrerebbero ingenti investimenti per ottenere l'accreditamento di questi oli base poco commerciati. L'indagine condotta sul mercato ha rivelato che nessuna delle principali società produttrici di additivi ha investito in programmi di accreditamento relativi a oli base importati di società diverse da Exxon, Mobil o Shell. Anche qualora il problema delle norme di interscambiabilità degli oli base fosse risolto (il che sarebbe costoso e richiederebbe almeno 18 mesi), si avrebbe un effetto soltanto sull'accreditamento ACEA e non sull'accreditamento API. In ogni caso occorrerebbe aggiungere i costi di trasporto e di movimentazione.
329. Infine occorre osservare che, contrariamente alle affermazioni delle parti, in Europa non esiste un reale mercato a pronti degli oli base che abbia una effettiva liquidità. Tutti i *trader* consultati in proposito hanno dichiarato di non avere importato oli base nel SEE negli ultimi anni. I *trader* svolgono un ruolo secondario in qualità di intermediari nelle attività di esportazione. Tutti i concorrenti delle parti partecipanti all'operazione, ad eccezione di uno (Repsol : 24 000 tonnellate) hanno spiegato di non fare ricorso ai *trader* per le esportazioni o le importazioni dall'esterno dell'area SEE.
330. Dagli elementi di cui sopra si può concludere che la produzione e la vendita degli oli base del gruppo I nel SEE costituisce un mercato rilevante dato, in particolare, l'attuale profilo specifico del consumo europeo e i requisiti da esso imposti in materia di qualità.

---

31. [...]\*

32. [...]\*

33. [...]\*

34. [...]\*

35. [...]\*

36. [...]\*

37. [...]\*

### Additivi

331. Le parti hanno sostenuto che il mercato geografico rilevante comprende almeno il SEE. Stabilire se il mercato è limitato al SEE o ha invece una dimensione maggiore non modifica la valutazione della presente operazione sotto il profilo della concorrenza e dunque la questione della definizione del mercato può essere lasciata aperta.

### Lubrificanti

332. Per tutti i possibili mercati dei lubrificanti (ad eccezione dei lubrificanti a base di esteri per turbine, esaminati in appresso), la questione del relativo ambito geografico può essere lasciata aperta poiché, sulla base delle suddette definizioni dei mercati, la concentrazione non avrà per effetto di creare o rafforzare una posizione dominante atta a ostacolare in modo significativo la concorrenza.

## **VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA**

### ***Oli base***

#### Struttura attuale del mercato

##### *Posizioni di mercato relative agli oli base: due livelli di concorrenza*

333. I produttori di oli base possono essere suddivisi in quattro gruppi:
- (i) Le compagnie pan-regionali: compagnie petrolifere integrate con raffinerie di oli base dislocate in tutto il mondo, una forte presenza nell'area SEE e una produzione superiore al loro fabbisogno: Shell, Exxon, BP/Mobil.
  - (ii) Le compagnie regionali che vendono gli oli base su scala nazionale. Per alcune di esse la produzione supera il fabbisogno interno: Cepsa, Repsol, Agip, Fortum, Elf, Total, KPI, Petrogal e DEA.
  - (iii) Produttori di oli base poco commerciati quali Iplom, MOH, SRS. È probabile che questi oli base siano di qualità inferiore e siano destinati principalmente all'esportazione nonché impiegati nella produzione di grossi volumi di lubrificanti per uso industriale e di oli di processo. I quattro maggiori fornitori di additivi hanno segnalato di non avere avviato la procedura di accreditamento per questi oli base.
  - (iv) I produttori di oli base non tradizionali, ad esempio il Nynas (olio base naftenico per la produzione di lubrificanti speciali per uso industriale) o il Fortum (ex Neste), che producono le PAO.
334. Exxon fornisce oli base in tutto il SEE attraverso 3 impianti ubicati a Fawley, nel Regno Unito, Port Jérôme, in Francia, e Augusta, in Italia. BP/Mobil ha 5 impianti rispettivamente siti in Francia a Gravenchon e Dunkerque (quest'ultimo include una partecipazione del 40% di ELF), UK (Coryton), Germania (Neuhof) e Spagna, dove la società gestisce insieme a Cepsa l'impianto di oli base di Algeciras. Shell ha 4 impianti, ubicati rispettivamente nei Paesi Bassi (Pernis), in Francia (Petit-Couronne), Germania (Amburgo) e nel Regno Unito (Stanlow). Exxon, BP/Mobil e Shell controllano dodici delle 24 raffinerie di oli base in Europa, fra cui 8 delle 10

raffinerie più grandi. Per calcolare la parte del mercato SEE rappresentata dagli oli base del gruppo I e la quota di mercato delle parti, la Commissione ha esaminato i seguenti elementi. Le quote di mercato sono state calcolate in base a tre metodologie: in primo luogo sulla base della potenza di targa, come proposto dalle parti, in secondo luogo sulla base della produzione effettiva e in terzo luogo sulla base della produzione di oli base del gruppo I.

*Potenza di targa e produzione effettiva.*

335. Tutte le cifre si basano su dati del 1998 forniti da Exxon, Mobil e da produttori di oli base concorrenti (terze parti) in ordine ai rispettivi impianti. Laddove i terzi non avevano presentato le cifre richieste (come nel caso di MOH, SRS e, in minor misura, AGIP), la Commissione ha utilizzato i dati presentati dalle parti nel modello CO. Poiché i terzi hanno chiesto che i dati relativi alla capacità effettiva, alla produzione e alle vendite fossero trattati come informazioni riservate, nella tabella che segue sono riportati soltanto gruppi di percentuali. La tabella, relativa alla capacità e alla produzione di oli base, confronta la capacità effettiva e la produzione con i dati Enerfinance '96 forniti dalle parti in relazione alla potenza di targa.

## **Capacità e produzione SEE**

Compagnia	Capacità (in Kta - migliaia di tonnellate all'anno)			Produzione (in Kta) nel 1998							
	Potenza di targa '96 (1)	Potenza di targa '96 (1)	Capacità effettiva '98 (3)	Oli base, inclusi oli di processo (6)		Oli bianchi e paraffine (3)	Cere (4)				
	In (migliaia di tonn./anno)	in %	In %	Gruppo I: quota della produzione SEE	Gruppo II/III: quota della produzione SEE	Quota della produzione SEE	Quota della produzione SEE				
Exxon	1825	23,1%	[...]*								
BP/Mobil (2)	1443	18,3%									
Shell	1280	16,2%									
Agip (7)	520	6,6%									
Cepsa	166	2,1%									
DEA	250	3,2%									
Elf	174	2,2%									
Total (5)	545	6,9%									
KPI	230	2,9%									
Fortum (Nesté)	92	1,2%									
Repsol	300	3,8%									
Petrogal	150	1,9%									
Nynas	250	3,2%									
Iplom	340	4,3%									
MOH	160	2,0%									
SRS	170	2,2%									
Addinol	0	0,0%									
OMV	0	0,0%									
<b>Totale generale</b>	<b>7895</b>	<b>100,0%</b>						<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

(1) in base alle cifre fornite dalle parti

(2) Mobil indica uno squilibrio della produzione pari a [...] \* migliaia di tonnellate l'anno dovuto a movimenti di magazzino

(3) la capacità produttiva effettiva non comprende gli oli bianchi

(4) le cere sono un prodotto derivato degli oli base e dunque non sono incluse nella potenza di targa

(5) le paraffine prodotte da Total sono considerate oli bianchi

(6) gli oli bianchi non sono inclusi nella produzione di oli base

(7) utilizzo della capacità sulla base delle cifre fornite dalle parti

336. Gli oli di processo sono considerati oli base. Gli aromatici, le paraffine, gli oli bianchi e i grassi lubrificanti non sono inclusi nei dati relativi alle vendite di oli base, in quanto costituiscono un prodotto derivato o necessitano di ulteriore raffinazione. Gli oli bianchi, le paraffine e le cere dipendono molto dalla produzione delle materie

prime e i vantaggi competitivi associati alle economie di scala determinano quote di mercato assai rilevanti. Questi prodotti, tuttavia, sono il risultato di un ulteriore passaggio nella lavorazione degli oli base eseguita in raffineria, oppure costituiscono un prodotto derivato degli oli base. La valutazione della posizione concorrenziale delle parti è dunque correlata alla posizione concorrenziale nel mercato degli oli base.

### **Quote di mercato basate sulla vendita a terzi.**

337. Le vendite sul mercato *merchant* sono state definite come vendite a terzi sia all'interno sia all'esterno del SEE, incluse le vendite sul mercato a pronti. Le vendite alle società affiliate sono considerate vendite *captive*. Le vendite a clienti esterni al SEE sono state inserite nel calcolo per riflettere il punto di vista delle parti, secondo cui le esportazioni potrebbero essere riorientate in modo da soddisfare la domanda SEE. Le vendite ai produttori di additivi sono considerate vendite sul mercato *merchant* (tranne nel caso degli additivi AGIP e dei prodotti venduti da Shell e Exxon ai rispettivi comparti di produzione di additivi prima della costituzione della *joint venture*).

Società	Quota del mercato <i>merchant</i>
Exxon (1)	[30-40%]*
BP/Mobil (2)	[10-20%]*
Shell	[10-20%]*
Agip (3)	[0-10%]*
Cepsa	[0-10%]*
DEA	[0-10%]*
Elf	[0-10%]*
Total	[0-10%]*
KPI	[0-10%]*
Repsol	[0-10%]*
Petrogal (4)	[0-10%]*
MOH (4)	[0-10%]*
SRS (4)	[0-10%]*
<b>Totale generale</b>	<b>100 %</b>

(1) differenza di [...] \* migliaia di tonn./anno (produzione - vendita)

(2) Mobil indica uno squilibrio di produzione pari a [...] \* migliaia di tonn./anno (magazzino) destinato alle vendite *captive*

(3) utilizzo della capacità sulla base delle cifre fornite dalle parti

(4) sulla base delle cifre fornite dalle parti

338. La capacità di vendita di Exxon sul mercato *merchant* è assai rilevante, grazie agli investimenti effettuati negli impianti di produzione di oli base negli anni '50 e '60:



[...]\* della sua produzione è reso disponibile per il mercato *merchant*, mentre la capacità di BP/Mobil per il mercato *merchant* è di [...]\*.

339. In base ai dati di vendita del 1998, i calcoli rivelano che la quota di Exxon sul mercato *merchant* è significativa ([30-40]\*%), mentre BP/Mobil si colloca al secondo posto con il [10-20]\*%. Shell è in terza posizione, con una percentuale vicina a quella di BP/Mobil (anche se è stato segnalato che circa metà dei volumi che Shell riversa sul mercato *merchant* è venduta come oli di processo). Le quote di mercato di Total e Agip sono inferiori all'8%. Concorrenti minori quali DEA, Cepsa, Repsol, KPI, Petrogal, SRS, Petrogal e MOH possiedono quote comprese fra il 3% e il 5%. Elf è da considerare un acquirente netto sul mercato.
340. Occorre infine sottolineare che le quote di mercato suindicate sono rimaste sostanzialmente invariate negli ultimi anni.
341. Nel complesso risulta che, indipendentemente dalla metodologia prescelta, Exxon sia chiaramente il leader di mercato nel settore degli oli base, tanto in termini di produzione assoluta quanto sul piano della produzione messa a disposizione di terzi. I principali concorrenti di Exxon sono BP/Mobil e Shell, che tuttavia vendono a terzi una minore quota della loro produzione.

#### Ostacoli all'entrata e all'uscita

342. Le parti ritengono che lo sviluppo di nuovi impianti nel SEE sia improbabile, per via dell'attuale capacità eccedente e della stagnazione dei prezzi. Anche se fossero installati nuovi impianti, si tratterebbe probabilmente di impianti di produzione di oli base del gruppo III, per i quali si prevede un futuro incremento della domanda. Le parti calcolano che la costruzione di un nuovo impianto (gruppo II/III) richiederebbe una spesa di [...]\* m di USD per una produzione di [...]\* KT (migliaia di tonnellate) all'anno. Questo dato è stato confermato da terze parti, che hanno indicato come la costruzione di un nuovo impianto richiederebbe da 2 a 3 anni, con un investimento di 400 m di USD per un impianto da 400 KT/anno.
343. Convertire gli attuali impianti di produzione di oli base del gruppo I in impianti di produzione di oli base del gruppo III è fattibile e richiede un investimento di [...]\* USD, contro un investimento di [...]\* USD in un nuovo impianto. [...]\*<sup>38</sup>.
344. La chiusura di una raffineria comporta notevoli costi, soprattutto per la necessità di ripristinare le condizioni originarie del terreno. Tuttavia negli ultimi due anni sono state chiuse 3 raffinerie di oli base: Llandarcy (BP/Mobil UK: con una potenza di targa di [...]\* Kt/anno.), Addinol (170 Kt/anno nella ex Germania dell'est) e uno dei due impianti di produzione di oli base di DEA in Germania. Queste raffinerie producevano oli base più pesanti e hanno dunque risentito del calo dei prezzi all'esportazione che si verifica dal 1997. Malgrado i notevoli costi da sostenere, i raffinatori decidono di chiudere l'impianto quando raggiungono il punto di pareggio per la chiusura. Nel settore circolano voci sulla possibile chiusura di altri impianti, in un futuro prossimo, a causa della bassa produttività.

---

38. [...]\*

Il ruolo privilegiato di Exxon, BP/Mobil e Shell in un mercato in cui sono minime le pressioni concorrenziali esercitate dai produttori minori di oli base

*Interscambiabilità degli oli base per tutte le raffinerie e minimi vincoli di accreditamento.*

345. L'accREDITAMENTO API/ACEA è concesso per il lubrificante finito (ovvero la miscela di olio base e additivo) che abbia superato le necessarie prove. Tale accREDITAMENTO specifica il produttore dell'olio base (l'accREDITAMENTO dell'olio base è concesso a tutti gli impianti) e lo specifico pacchetto di additivi. Qualora cambi l'origine dei componenti, è necessario un nuovo accREDITAMENTO (per il 10% l'interscambio fra oli base del gruppo I è accettato senza che sia necessaria l'esecuzione di prove). Ne consegue che i fornitori di oli base pan-regionali (i quali hanno investito<sup>39</sup> per rendere intercambiabili gli oli prodotti dai loro impianti) devono ottenere l'accREDITAMENTO del loro olio base con un certo pacchetto additivo soltanto una volta. Disponendo di varie unità di produzione e di molti impianti di stoccaggio con una vasta copertura geografica, tali società sono nella posizione migliore per approvvigionare vari impianti di miscelazione. I produttori regionali di oli base, la cui produzione non copre un territorio altrettanto vasto, devono o sostenere maggiori costi di trasporto dalla raffineria ai clienti oppure acquistare l'olio base sul mercato in prossimità dei loro clienti (i miscelatori) per evitare costi di trasporto maggiorati ma in tale caso devono ottenere l'accREDITAMENTO per ogni olio base acquistato sul mercato.
346. Le imprese che competono con Exxon e Mobil (sia per gli oli base sia per la miscelazione dei lubrificanti) hanno indicato che per gli impianti di miscelazione è molto importante la sicurezza dell'approvvigionamento e della qualità degli oli base, in quanto essi dispongono di scorte limitate presso i loro impianti. Fornire volumi di prodotto relativamente modesti da un unico impianto di produzione di oli base ad una rete pan-regionale di impianti di miscelazione a intervalli regolari comporta dunque costi notevoli anche per i maggiori produttori nazionali integrati che hanno una capacità sufficiente per il mercato *merchant*.

*Vantaggi ricavati dalle economie di scala a livello di impianto*

347. Le parti hanno ammesso che le economie di scala svolgono un ruolo non secondario nella produzione di oli base del gruppo I. Exxon, BP/Mobil e Shell controllano [...] delle 24 raffinerie di oli base in Europa, fra cui [...] delle 10 maggiori raffinerie. Queste società vantano quindi un certo vantaggio a livello di costi rispetto ai concorrenti di dimensioni minori, in quanto possono ripartire meglio i costi fissi sulla produzione. Soltanto Agip in Italia e Total in Francia hanno impianti di dimensioni paragonabili e potrebbero beneficiare di simili economie di scala. Come Mobil ha indicato nei suoi *business plan*<sup>40</sup>, [...] Shell è ritenuta dalle parti efficiente e redditizia grazie ad una visione integrata (combustibili e lubrificanti) dell'attività e alla produzione remunerativa di cere / grassi lubrificanti / oli bianchi.

---

39. BP/Mobil ha investito circa [...] milioni di USD per rendere intercambiabili le produzioni delle sue (all'epoca) [...] raffinerie europee.

40. [...]

348. La seguente tabella riporta una classifica delle raffinerie stabilita in base alle dimensioni degli impianti di produzione di oli base:

Posizione	Raffineria	Proprietari(o)	Potenza di targa stimata dalle parti	Gruppi
1	Augusta (Italia)	Exxon	860	I
2	Livorno (Italia)	Agip	540	I
3	Gonfreville (Francia)	Total	500	I/III
4	Port Jérôme (Francia)	Exxon	485	I
5	Fawley (UK)	Exxon	440	I
6	Pernis (Paesi Bassi)	Shell	370	I
7	Gravenchon (Francia)	BP/Mobil	340	I/III
8	Dunkerque (Francia)	BP/Mobil (60%) - Elf (40%)	340	I/III
9	Petit-Couronne (Francia)	Shell	340	I/III
10	Coryton (UK)	BP/Mobil	330	I
11	Amburgo (Germania)	Shell	330	I/III
12	Heide (Germania)	DEA	250	I/III
13	Nynashamn (Svezia)	Nynas	250	Altri
14	Stanlow (UK)	Shell	240	I
15	Europort (Paesi Bassi)	KPI	230	I/III
16	Neuhof (Germania)	BP/Mobil	215	I/III
17	Algeciras (Spagna)	BP/Mobil (50%) - Cepsa (50%)	200	I
18	Porto (Portogallo)	Petrogal (75%) - Total (25%)	180	I
19	Theodori (Grecia)	MOH	170	I
20	Salzbergen (Germania) (senza sbocco sul mare)	SRS	170	I
21	Escomberas (Spagna)	Repsol	150	I
22	Puertollano (Spagna)	Repsol	150	I
23	Huelva (Spagna)	Cepsa (66%) - Elf (34%)	100	I
24	Finlandia	Fortum (Neste)	50	III

349. Le maggiori dimensioni procurano altri vantaggi, ovvero (a) i grossi impianti possono ottimizzare il prelievo di greggio, e (b) viene costituita una capacità produttiva di riserva. Quest'ultimo fattore è importante per ottimizzare il processo produttivo, in quanto offre una maggiore flessibilità, aspetto importante quando si producono varie categorie di oli base.

*Vantaggi ricavati dalle economie della logistica*

350. Come indicato precedentemente, Exxon, BP/Mobil e Shell hanno diverse raffinerie nel SEE. Questa presenza su scala europea è ulteriormente rafforzata dalla presenza di impianti di stoccaggio siti in località europee strategiche.
351. Viceversa i produttori nazionali più piccoli hanno una sola raffineria da cui non è altrettanto facile ed economico organizzare la distribuzione a potenziali clienti che non risiedano in prossimità dello stabilimento di produzione. È il caso, ovviamente, delle raffinerie prive di sbocchi sul mare, quali SRS e DEA, che possono rifornire i clienti locali soltanto mediante trasporto ferroviario e con automezzi pesanti. Queste modalità di trasporto non soltanto limitano la distanza massima a cui è economicamente possibile trasportare il prodotto ma generano anche costi di trasporto supplementari. I concorrenti hanno segnalato che il trasporto terrestre è limitato ad un raggio di 500 km con automezzo pesante e a 1 000 km in treno. I costi di trasporto non sono comparabili, data la quantità minima trasportabile su automezzo pesante e treno, e vanno dal 6% al 10% del prezzo di vendita del prodotto.
352. Persino per le singole raffinerie site sulla costa i costi di trasporto medi sono più alti. Le parti calcolano che il costo di trasporto medio SEE sia pari al [...]%% del prezzo allo sbarco. Le parti, inoltre, hanno spiegato che i costi di trasporto SEE comprendono una percentuale di costi variabili che va dal [...]%% (dal Regno Unito ai Paesi Bassi) al [...]%% (dall'Italia ai Paesi Bassi). Supponendo che i costi fissi rimangano costanti per i due possibili viaggi, ciò significa che il costo del trasporto dall'Italia ai Paesi Bassi è del [...]%% più elevato del trasporto dal Regno Unito ai Paesi Bassi.<sup>41</sup> In altri termini, se i costi del trasporto dal Regno Unito ai Paesi Bassi fossero pari al [...]%% del prezzo allo sbarco, essi sarebbero pari al [...]%% se i prodotti fossero trasportati dall'Italia. La diffusione geografica, l'ubicazione in prossimità della costa o il collegamento a impianti di miscelazione determinano dunque la posizione concorrenziale di una raffineria di oli base e la sua capacità di competere sul mercato *merchant* SEE rispetto al mercato locale o al mercato di esportazione non-SEE.

*Le dinamiche del mercato degli oli base rafforzano i vantaggi di Exxon, BP/Mobil e Shell*

*Capacità di definire gli standard dei futuri lubrificanti*

353. Data la necessità di ottenere l'accreditamento per le miscele di oli base e additivi, la dimensione dell'impianto è un continuo vantaggio competitivo sul mercato degli oli base. In base ai dati raccolti sul mercato, i pacchetti additivi per le nuove formulazioni di lubrificanti sono generalmente sviluppati prima di tutto per gli oli base Exxon, BP/Mobil e Shell. I principali fornitori europei di additivi per applicazioni in campo automobilistico formulano pacchetti additivi da miscelare con gli oli base scelti dal miscelatore. In genere i miscelatori indipendenti scelgono oli base Exxon, BP/Mobil o Shell, mentre è possibile che le compagnie petrolifere nazionali integrate con attività di miscelazione scelgano oli base prodotti internamente. I produttori di additivi investiranno in maniera autonoma in ulteriori accreditamenti ma soltanto per gli oli base più commerciati (principalmente Exxon, Shell e BP/Mobil), in quanto per questi prodotti la possibilità di incrementare le

---

41. [...]\*

vendite compenserà l'investimento ulteriore sostenuto per l'accreditamento. Per altri oli base di produttori diversi da Exxon, BP/Mobil e Shell viene generalmente ottenuto un accreditamento *ad hoc* per soddisfare le esigenze dei clienti, qualora ciò si riveli tecnicamente possibile e commercialmente sostenibile.

354. I fornitori di additivi hanno segnalato che, in media, oltre metà delle loro vendite di additivi riguarda 'pacchetti *off the shelf*'. La Commissione ha chiesto ai 4 principali fornitori di additivi di indicare con quali oli base hanno sviluppato 'pacchetti DI *off the shelf*' debitamente accreditati, destinati alla produzione di lubrificanti per uso industriale o per autotrazione. In media oltre il 70% di tutti i pacchetti disponibili è formulato sulla base degli oli Exxon, BP/Mobil e Shell. A parte queste compagnie, soltanto Total e Elf (e, in minor misura, AGIP e KPI) dispongono di accreditamenti con più fornitori di additivi. Exxon, BP/Mobil e Shell sono dunque i fornitori di riferimento, mentre risultano compatibili gli oli base di pochi altri fornitori più piccoli. I fornitori di additivi hanno confermato che solitamente propongono e sviluppano formulazioni per il settore automobilistico soltanto con oli base forniti dalle tre grandi compagnie, in quanto possono prevedere di realizzare maggiori vendite con questi prodotti, che sono subito disponibili sul mercato pan-regionale nelle quantità necessarie e con un livello di qualità costante.
355. I prodotti finiti contenenti gli oli base Exxon, BP/Mobil e Shell possono essere adattati più rapidamente ai nuovi standard in quanto, grazie all'interscambiabilità, il prodotto può essere acquistato in prossimità dell'impianto di miscelazione senza che sia necessario un ulteriore accreditamento. Nel caso in cui un miscelatore multiregionale scegliesse di acquistare gli oli base da diversi produttori locali, sarebbero necessari ulteriori prove e accreditamenti per ottenere l'accreditamento del lubrificante finito. Per tale ragione i fornitori di additivi mostrano poco interesse per questi prodotti.
356. Le parti (miscelatori e produttori di oli base) sostengono che il vantaggio intrinseco ottenuto dall'utilizzo degli oli base prodotti da Exxon, Shell e BP/Mobil è estremamente importante in un settore che, negli ultimi anni, ha registrato un accorciamento della vita utile dei lubrificanti. Oggi la vita utile di un lubrificante per autotrazione è di 3-5 anni. Inoltre i requisiti di idoneità imposti dagli OEM diventano sempre più rigorosi. I produttori di lubrificanti, dunque, devono costantemente sviluppare nuove formulazioni. Avendo a disposizione meno tempo per sviluppare nuovi prodotti e ammortizzarne i costi, i miscelatori tendono a rivolgersi ai tre principali produttori di oli base, con cui i produttori di additivi sviluppano sistematicamente pacchetti adeguati. I fornitori di additivi hanno indicato di sviluppare le nuove formule prima di tutto con gli oli base Exxon, BP/ Mobil o Shell, in quanto solo questi prodotti sono in grado di generare un volume di vendita sufficiente perché si possa recuperare l'investimento. Gli OEM, talvolta in collaborazione con le compagnie petrolifere, orientano l'evoluzione delle prossime generazioni di lubrificanti. I miscelatori di lubrificanti concorrenti hanno spiegato che gli OEM tenderanno ad esporre le loro esigenze a Exxon o BP/Mobil e, in minor misura, a Shell (principio del *one stop shopping*), ritenendoli gli unici operatori mondiali con una presenza a tutti i livelli della catena di approvvigionamento. [...] <sup>42</sup>. I concorrenti hanno spiegato che la loro limitata capacità di competere con Exxon,

---

42. [...]\*

BP/Mobil e Shell sarà ulteriormente ostacolata dal continuo accorciamento della vita media dei lubrificanti.

357. La miscelazione dei lubrificanti per uso industriale è parimenti influenzata da tale tendenza, in quanto i miscelatori cercano di ridurre al minimo le scorte e la varietà degli oli base/additivi. I miscelatori che aderiscono ad elevati standard di qualità non immagazzinano oli basi di fornitori diversi nello stesso serbatoio (e neanche oli base con caratteristiche tecniche simili). Data la scarsità di impianti di stoccaggio, il miscelatore tende pertanto ad utilizzare un 'olio base compatibile' che possa essere utilizzato sia nella produzione di lubrificanti per autotrazione sia nella formulazione di lubrificanti per uso industriale.

*Il mercato degli oli base è trainato da standard di qualità più elevati*

358. Anche la logistica degli impianti di miscelazione contribuisce ad incrementare i costi di sostituzione degli oli base, in quanto di norma gli impianti di miscelazione sono ottimizzati per mantenere al minimo il numero di serbatoi di stoccaggio necessari per conservare gli oli base e gli additivi (alcuni degli impianti di miscelazione di grandi dimensioni possono immagazzinare oltre 30 qualità di olio base). Spesso, dunque, si ricorre ad un 'olio base compatibile'. Un olio base compatibile soddisfa determinate specifiche che ne prescrivono l'utilizzo in una vasta gamma di prodotti. In altri termini, l'olio base utilizzato per i prodotti di fascia alta è utilizzato anche per i prodotti di fascia inferiore. Modificare la formulazione di un prodotto di fascia alta genera tutta una serie di costi di formulazione che dipendono dall'aver scelto l'olio base di fascia alta. L'alternativa è acquistare nuovi serbatoi e mantenere scorte più consistenti, il che può essere costoso, oppure specializzarsi o nella produzione dei soli lubrificanti per autotrazione o nella produzione dei soli lubrificanti per uso industriale (sebbene abbiano spiegato che questa tendenza è recente e in aumento, le parti hanno sostenuto che non esiste un mercato separato degli oli base per lubrificanti per uso industriale e un mercato separato degli oli base per lubrificanti per autotrazione). Il fatto che le combinazioni olio base/additivo siano prescritte dall'accreditamento ha un'incidenza anche sul rapporto fra il miscelatore e il produttore di additivi. Un'impresa di miscelazione di lubrificanti, infatti, solitamente è in contatto con i fornitori di additivi per l'acquisto di un'intera gamma di additivi. Se il miscelatore modifica la formula del lubrificante cambiando i fornitori di oli base, sarà necessario che il fornitore di additivi concordi su un nuovo programma di sviluppo (congiunto). Nel caso in cui l'intesa non sia raggiunta, la compagnia petrolifera sarà costretta a ricercare sul mercato combinazioni olio base- additivi che siano già accreditate, riducendo così il suo potere di acquisto nei confronti del produttore di additivi.
359. Praticamente tutti i prodotti di marca per autotrazione sono riconosciuti conformi alle prescrizioni del settore (API, ACEA) in base a regimi di prove condotte e documentate secondo criteri rigorosi. La rispondenza a queste specifiche di base indica semplicemente che il prodotto è idoneo ad essere utilizzato per una data applicazione. La scelta del prodotto approvato spetta poi al cliente di canale o all'utente finale (OEM). Le principali compagnie petrolifere sono in contatto con gli OEM e contribuiscono a definire le loro strategie, che possono orientare le attività di sviluppo tecnico sulle specifiche richieste del cliente. Quando un OEM modifica le sue prescrizioni tecniche, la vendita di un lubrificante, di qualunque marca esso sia, sarà possibile soltanto quando le nuove specifiche saranno state soddisfatte. I

concorrenti pan-regionali (Exxon, Shell, BP/Mobil) tendono sempre più ad adottare un'unica gamma di prodotti paneuropei (per i lubrificanti per autotrazione e per i lubrificanti per la manutenzione).

360. Un miscelatore non può permettere che la sua posizione concorrenziale sia minacciata quando il lancio di una nuova formula rischia di subire ritardi a causa dei tempi necessari per acquisire la documentazione completa delle prove condotte su un olio base poco commerciato. Quando un fornitore di additivi può scegliere di iniziare una nuova formulazione, in genere opterà per gli oli base Exxon, BP/Mobil o Shell. L'interscambiabilità degli oli base e l'accreditamento dei lubrificanti finiti limitano la frequenza con cui viene cambiato il fornitore di olio base una volta che il lubrificante è stato formulato. [...] <sup>43</sup>.
361. Il dato fornito dalle parti riguardo al grado di sostituzione del fornitore da parte del cliente indica che i produttori nazionali di oli base si contendono i miscelatori locali (di lubrificanti per uso industriale e per autotrazione), i miscelatori industriali di specialità, i fornitori di additivi [...] <sup>44</sup> e talvolta si aggiudicano un contratto per la fornitura del "primo riempimento" oppure un contratto con il principale miscelatore sul mercato domestico. Exxon e, in minor misura, BP/Mobil si orientano su contratti a termine con i miscelatori pan-regionali e con gli OEM per il "primo riempimento".
362. Exxon e BP/Mobil hanno perso alcuni clienti (piccole imprese di miscelazione) a vantaggio della concorrenza, ad esempio Total, Elf, KPI e Shell, talvolta per una questione di qualità e talvolta per via del prezzo. In tutti i casi, comunque, il concorrente che li ha scalzati aveva un impianto di produzione vicino al cliente. Ciò non significa, tuttavia, che Exxon e BP/Mobil non competano a livello di prezzi. In alcuni casi il cliente perso è stato recuperato l'anno dopo.
363. Sebbene Exxon e BP/Mobil abbiano [...] <sup>\*</sup>, spesso subiscono la concorrenza degli oli base di Petrogal, Repsol, Cepsa, KPI, Total, Elf o persino di piccole produzioni di oli base dell'Europa dell'est. Occorre tuttavia osservare che, come indicato dalle parti, 'gli additivatori potrebbero riuscire a utilizzare oli base di qualità piuttosto bassa' e che i fornitori di additivi talvolta acquistano questi volumi sul mercato a pronti in aggiunta alle quantità previste dal contratto a termine firmato con Exxon, Shell o BP/Mobil. Poiché i fornitori di additivi non impongono prescrizioni rigorose in materia di accreditamento o di qualità, concorrenti meno forti competono ambiziosamente a livello di prezzi (anche laddove ciò comporti costi di trasporto supplementari) per accaparrarsi questa domanda.
364. La domanda pan-regionale (Texaco, Fina, Castrol, Fiat lubrificanti, Fuchs ...) è sempre più spesso soddisfatta da Exxon, BP/Mobil e, in minor misura, da Shell con la conclusione di contratti paneuropei. Talvolta queste compagnie perdono la vendita a vantaggio di un produttore di oli base nazionale concorrente che è ubicato in prossimità dell'impianto di miscelazione (Agip in Italia, Repsol in Spagna) ma più spesso sono questi concorrenti a vedersi sottrarre una parte dei volumi di vendita. La

---

43. [...] <sup>\*</sup>

44. [...] <sup>\*</sup>

qualità, la sicurezza dell'approvvigionamento e l'assenza di vincoli di accreditamento sono elementi cruciali per i miscelatori, [...]\*<sup>45</sup>.

365. In ogni caso si può concludere, [...]\*, che Exxon è un produttore flessibile, in quanto fornisce i suoi prodotti sia a produttori di oli base nazionali (Elf, Total, Agip, KPI, MOH) sia a BP/Mobil e Shell, ogni qual volta tali produttori siano confrontati ad un problema di scarsità del prodotto, effettuino la manutenzione degli impianti o necessitano di particolari qualità. Quando la domanda diminuisce o quando viene ripristinata la normale capacità produttiva, questi clienti ripiegano nuovamente sulla loro produzione interna.

*Di conseguenza i piccoli raffinatori di oli base puntano sulle vendite locali e sulle esportazioni*

366. Se occupano una posizione di rilievo a livello locale, le compagnie petrolifere integrate regionali con attività di miscelazione potrebbero riuscire ad aggiudicarsi contratti per la fornitura di lubrificanti in alcuni mercati regionali (ad esempio per la fornitura a un OEM di un olio di primo riempimento destinato alle autovetture prodotte nel paese di residenza del produttore di oli base ma non in altri paesi), sono presenti sul mercato dei lubrificanti per uso industriale, i cui requisiti riguardano le prestazioni generali anziché la formulazione, e hanno acquisito una solida posizione nella vendita di lubrificanti finiti.
367. Anche i piccoli miscelatori indipendenti tendono a conquistare posizioni sui mercati di nicchia. Questi miscelatori sono sostanzialmente attivi nel campo dei prodotti specialistici per uso industriale, settore in cui i fattori competitivi non sono fortemente correlati ad una forte posizione (integrata) nella produzione di oli base e in cui la copertura geografica e le economie di scala sono meno determinanti. I piccoli miscelatori locali che si sono specializzati nella produzione di lubrificanti per uso industriale saranno particolarmente sensibili al fattore prezzo e cambieranno fornitore di olio base per rafforzare la loro posizione. L'assistenza tecnica alla clientela, la flessibilità e il know-how nelle applicazioni specializzate sono i maggiori fattori competitivi e i raffinatori locali di piccole dimensioni spesso si distinguono su questi fronti. Questi miscelatori locali non avranno fornitori pan-regionali ma preferiranno avviare programmi di sviluppo congiunto con i fornitori di additivi locali e con fornitori di oli base vicini al loro impianto di miscelazione e dunque in grado di garantire l'approvvigionamento. Inoltre l'olio base è meno importante nella produzione di questi lubrificanti specialistici. Ad esempio un fluido speciale per la lavorazione dei metalli sarà venduto ad un prezzo tre volte superiore a quello di un olio industriale per circuiti idraulici. Gli oli base che rientrano nella composizione di tale fluido per la lavorazione dei metalli rappresenteranno il 5% del costo totale di produzione, mentre la percentuale rappresentata dagli additivi sarà del 35%.
368. Tuttavia anche per i lubrificanti per uso industriale e per la nautica la combinazione olio base/additivo è altrettanto importante nonostante il fatto che l'accreditamento delle prestazioni possa essere mantenuto 'in fabbrica'. Gli OEM sono sempre più consapevoli dei potenziali effetti indotti dai diversi oli base. La sostituzione dell'olio

---

45. Per "Toll blending" si intende la miscelazione di lubrificanti con il marchio e in conformità della prescrizione del miscelatore (che non necessariamente ha un impianto di produzione sito nella regione in questione).



base richiederebbe l'esecuzione di prove di convalida su una serie di prodotti chiave e parametri di prestazione critici.

369. Oltre all'interscambiabilità degli oli base e all'accreditamento del lubrificante finale, altri fattori determinanti sono l'ubicazione regionale e le approvazioni degli OEM. Tale aspetto è illustrato da un raffinatore di oli base che beneficia dell'interscambiabilità degli oli base prodotti da più impianti. Il raffinatore in questione ha precisato che l'interscambiabilità non è automaticamente garanzia di vendita. L'impresa ha confermato di vendere volumi modesti nel settore automobilistico e di avere soltanto pochi accreditamenti per le combinazioni olio base/additivi. L'impresa ritiene di non riuscire a competere con Exxon, BP/Mobil e Shell a livello paneuropeo perché non può vantare una presenza regionale né sfruttare le economie di scala. Essa sottolinea che sempre più spesso le capita di perdere occasioni di vendita sul mercato automobilistico nazionale a vantaggio di Exxon e BP/Mobil e che ciò è dovuto alle prescrizioni sempre più rigorose imposte dagli OEM nonché all'evoluzione della domanda pan-comunitaria. Nel 1999 sono stati rinnovati soltanto contratti di fornitura per applicazioni industriali. L'impresa precisa inoltre che, anche qualora fosse pienamente accreditata con tutti i principali fornitori di additivi, non sarebbe in grado di aggiudicarsi gli appalti di fornitura pan-comunitari data la sua presenza a livello locale (il costo del trasporto all'interno del SEE va dal 10% al 12% inclusa la movimentazione). Appena il 9% della produzione di questa impresa è destinato al mercato paneuropeo ed è utilizzato esclusivamente nella produzione di lubrificanti per uso industriale.
370. Proprio per le dinamiche di mercato sopra descritte, i piccoli produttori di oli base hanno, quale unica alternativa, quella di incrementare le vendite sui mercati di esportazione. Dall'indagine condotta sul mercato dalla Commissione emerge che una percentuale compresa fra il 20% e il 40% della loro attuale produzione è venduta sul mercato di esportazione a pronti. Come indicato sopra, gran parte di questi volumi di vendita sono costituiti da qualità pesanti per i quali si registra una domanda insufficiente nel SEE. Nella maggioranza dei casi queste vendite sono effettuate a pronti e a prezzi sostanzialmente inferiori a quelli esistenti sul mercato SEE (a prezzi correnti più bassi del 20%-30%).

[...]\*

371. [...]\*.<sup>46 47 48</sup>

*La pressione concorrenziale esercitata su Exxon, BP/Mobil e Shell dagli operatori minori: questi ultimi hanno scarse probabilità di incrementare le vendite sul mercato SEE*

372. Come spiegato sopra, la capacità degli operatori nazionali di competere con i fornitori di oli base pan-regionali è limitata dai maggiori costi di trasporto che tali operatori devono sostenere e dal fatto che hanno ottenuto l'accreditamento soltanto per alcuni degli oli base di loro produzione. Questi piccoli operatori sono dunque costretti a

---

46. [...]\*

47. [...]\*

48. [...]\*

rifornire soprattutto i miscelatori locali, che si orientano principalmente su lubrificanti per uso industriale, oppure ad esportare la loro produzione. Le parti hanno sostenuto che il mercato SEE degli oli base è influenzato da un netto eccesso di capacità che limita la possibilità di manipolare i prezzi o la produzione. Nel corso dell'indagine condotta sul mercato dalla Commissione, i concorrenti hanno messo in dubbio la pertinenza del presunto eccesso di capacità strutturale quale elemento per verificare il probabile comportamento di Exxon/Mobil. In effetti non esiste una capacità eccedente sul mercato, quanto piuttosto una produzione eccedente che non può trovare sbocchi sul mercato SEE. I motivi sono da ricercare nei seguenti fattori.

*Le parti definiscono in modo inesatto la capacità eccedente effettiva*

373. Le parti hanno definito la capacità eccedente come la differenza fra la potenza di targa e la produzione effettiva. La potenza di targa, tuttavia, sembra non essere un indice affidabile della capacità produttiva di una raffineria di oli base. Anziché ragionare in termini di capacità eccedente, sembra più pertinente concentrarsi sulla produzione eccedente (ovvero la differenza fra l'attuale produzione SEE e l'attuale consumo SEE).
374. In primo luogo le parti hanno aggiornato i loro dati relativi alla potenza di targa ammettendo che le potenze di targa indicate nel modello CO sono notevolmente più elevate rispetto alla reale capacità produttiva. In base ai soli impianti di produzione dismessi, le parti hanno corretto il dato iniziale 'capacità eccedente superiore al 30%' ridimensionandolo a meno del 24%, sebbene circolino stime diverse<sup>49</sup>. Queste cifre rimangono discutibili. Ad esempio le parti avevano corretto al ribasso molte delle stime, di pubblico dominio, della potenza di targa dei loro impianti ma non quelle relative agli impianti dei loro concorrenti. Questi dati, inoltre, si basano sulla capacità senza operare distinzioni a livello di produzione. Concorrenti quali NYNAS producono soltanto un olio base naftenico (gruppo V) per applicazioni industriali specifiche che non può competere con l'olio base paraffinico utilizzato nei lubrificanti per autotrazione o nei lubrificanti per uso industriale generici (ad esclusione di specifiche applicazioni quali gli inchiostri da stampa o la gomma) per via del differenziale di prezzo e delle caratteristiche tecniche. Lo stesso vale per le raffinerie che producono oli base del gruppo III o del gruppo IV.
375. Sono molti i motivi per i quali la potenza di targa è un parametro che porta a sopravvalutare la reale capacità delle raffinerie di oli base, ad esempio le strozzature nel processo di produzione e le chiusure delle raffinerie per motivi di manutenzione, che riducono la reale capacità produttiva. Un importante produttore di oli base concorrente spiega che data la vetustà di alcuni impianti di produzione di oli base comunitari, la reale capacità produttiva media tende ad essere al di sotto della potenza di targa. Queste raffinerie non beneficiano più del *debottlenecking* (rimozione delle strozzature che limitano la produzione) [...] <sup>50</sup>
376. Le parti hanno ampiamente citato uno studio condotto da Roland Berger sulle raffinerie europee. Una delle conclusioni cui è giunto tale studio è che le raffinerie,

---

49. [...]\*

50. [...]\*

per via degli elevatissimi costi fissi, tendono naturalmente a produrre, in ogni momento, alla massima capacità disponibile. In effetti i concorrenti di Exxon e BP/Mobil hanno spiegato alla Commissione che i loro impianti funzionano a capacità massima (ad eccezione dei raffinatori che producono oli base non di gruppo I) e che non sarebbe economicamente sostenibile ridurre l'utilizzo delle raffinerie. Cepsa indica che, anche con l'esportazione di volumi notevoli all'esterno del SEE (a prezzi inferiori rispetto a quelli praticati all'interno del SEE), l'impianto funziona al 100%. Secondo Cepsa, l'utilizzo ridotto della capacità di produzione non è economicamente sostenibile.

377. Il tasso complessivo di produzione eccedente, calcolato come percentuale di vendite sul mercato *merchant* rappresentata dalle esportazioni, è pari al 26%. Tuttavia [...] \* circa di questa produzione eccedente è nelle mani delle parti che intervengono nell'operazione di concentrazione. La quota di produzione eccedente detenuta da terzi ammonta approssimativamente al [...] \*% delle vendite sul mercato *merchant* nel SEE realizzate dalle parti partecipanti all'operazione. Come spiegato in appresso, è comunque improbabile che una parte di questa produzione eccedente possa soddisfare la domanda SEE.

*La produzione di oli base destinata al mercato SEE non potrebbe essere facilmente e prontamente incrementata attraverso il adeguamento delle raffinerie*

378. Le parti hanno sostenuto che la produzione di oli base nel SEE potrebbe essere incrementata, a costo zero, del 5-10% attraverso una migliore scelta del greggio e con la messa a punto della raffineria. Tuttavia l'indagine condotta sul mercato dalla Commissione ha rivelato che quasi tutte le raffinerie SEE utilizzano già i greggi più adeguati nella produzione degli oli base. Analogamente, sarebbe irragionevole pensare che i raffinatori non abbiano già provveduto a ottimizzare la loro produzione attraverso un opportuno adeguamento delle loro raffinerie. Alcuni dei principali concorrenti di Exxon e BP/Mobil hanno segnalato di non riuscire a soddisfare la domanda di qualità leggera.
379. Infine si potrebbe sostenere che alcuni raffinatori preferirebbero raffinare ulteriormente gli oli base per produrre combustibili e potrebbero in qualsiasi momento interrompere tale processo e dunque aumentare la loro produzione di oli base. Le parti, tuttavia, hanno spiegato che raffinare ulteriormente gli oli base per produrre combustibili non è mai stata una scelta sensata sul piano economico negli ultimi dieci anni.
380. Il raffinatore può comunque decidere di adibire gli impianti di produzione degli oli base alla produzione di combustibili. Una piccola impresa concorrente attiva nella produzione di oli base del gruppo III ha ammesso che sta valutando la possibilità di convertirsi alla produzione di combustibili qualora non fosse in una posizione tale da incrementare la produzione di oli base (a causa della scarsa domanda). [...] \*<sup>51</sup>.
381. La scelta del greggio / della carica influenza il volume della produzione effettiva. Ad esempio è emerso che le raffinerie più piccole si adeguerebbero al calo dei prezzi

---

51. [...] \*

all'esportazione ricorrendo a gamme di greggio che consentano di utilizzare la carica per aumentare la produzione di combustibili e dunque di ridurre la produzione di oli base. Kuwait Petroleum International (KPI), un importante produttore di oli base concorrente, ha dichiarato quanto segue: *'Il raffinatore massimizzerà le opportunità locali, dopodiché o deciderà di non produrre oli base e di utilizzare le molecole di carica per la produzione di combustibili, senza utilizzare, quindi, la capacità di raffinazione dell'olio base, oppure potrà decidere di produrre l'olio base e di venderlo sul mercato di esportazione (non UE)'*. Un altro concorrente spiega: *'Orienteremo le cariche verso un incremento della produzione di combustibili nel caso di un ridotto tasso di utilizzo degli impianti.'*

*Le esportazioni di oli base dal SEE non potrebbero essere facilmente ridirette verso il mercato SEE*

382. Gli oli base esportati dal SEE non potrebbero, di norma, essere consumati sul mercato locale in quanto non soddisfano le prescrizioni locali. Anche se le qualità standard (ad esempio un *Solvent Neutral 150*) offerte e vendute da tutti i raffinatori europei sono le stesse tanto sui mercati di esportazione quanto nel SEE, la domanda sui mercati di esportazione è diversa dalla domanda SEE.
383. Le qualità pesanti sono da sempre molto richieste dalle regioni di esportazione per la produzione di oli per motori da utilizzare nelle regioni a clima più caldo, per il maggior consumo di lubrificanti per uso industriale (industrie pesanti nei mercati emergenti) e per il maggior consumo di oli di processo (produzione di pneumatici). Finché non è subentrata la concorrenza degli stabilimenti asiatici, le qualità pesanti erano vendute a prezzo più elevato. Il consumo delle qualità leggere nel SEE è aumentato perché sono diventate più rigorose le prescrizioni riguardanti i lubrificanti per motori, mentre sul mercato delle qualità pesanti si registra un volume superiore alla domanda (crisi asiatica). Questa differenza fra le qualità è illustrata dalle sostanziali differenze di prezzo segnalate sul mercato di esportazione rispetto al mercato SEE, come si evince dalle tabelle che seguono.

USD per tonn.	Ago 98	Set 98	Ott 98	Nov 98	Dic 98	Gen 99	Feb 99	Mar 99	Apr 99	Mag 99
<b>Icis 150 SEE</b>	272,5	268,7	266,0	265,0	262,3	255,6	255,0	250,0	245,0	245,0
<b>Icis 150 Export</b>	240,0	236,2	231,1	218,0	204,0	196,8	189,1	179,8	175,0	175,0
<b>Differenza</b>	32,5	32,5	34,9	47,0	58,3	58,8	65,9	70,2	70,0	70,0
<b>% del prezzo SEE</b>	12%	12%	13%	18%	22%	23%	26%	28%	29%	29%

USD per tonn.	Ago 98	Set 98	Ott 98	Nov 98	Dic 98	Gen 99	Feb 99	Mar 99	Apr 99	Mag 99
<b>Exxon SN600</b>	[...]*									
<b>Mid-ICIS 500SN Export</b>	237,5	233,7	228,6	215,5	192,1	179,3	177,5	173,6	170,0	170,0

<b>Differenze</b>	[...]*
<b>% del prezzo SEE</b>	

384. Le due tabelle di cui sopra mostrano l'evoluzione dei prezzi di due tipici oli base nel SEE a confronto con i prezzi all'esportazione delle stesse qualità. È sorprendente che il differenziale di prezzo salga dall'11-12% del prezzo SEE nell'agosto 1998 al 26-29% nel maggio 1999. Se fosse possibile, in qualche modo, ridirigere le esportazioni per soddisfare la domanda SEE, senza alcun dubbio i raffinatori SEE avrebbero già provveduto in tal senso molto tempo fa, dato che il differenziale di prezzo esiste da tempo, tanto più lo scorso anno quando tale differenziale è notevolmente aumentato.
385. I prezzi a pronti sul mercato di esportazione sono notevolmente al di sotto dei prezzi SEE di un dato olio base (ad esempio SN 150). A parte l'effetto sui contratti a termine e le potenziali differenze di qualità, questo andamento si spiega soltanto con gli effetti dell'offerta e della domanda. Come hanno spiegato le parti, il raffinatore sceglierà di vendere a prezzo inferiore un certo volume di prodotti sullo *spot market* di esportazione quando la capacità dei serbatoi si avvicina ai livelli massimi e sarà pronto ad accettare i prezzi di mercato per coprire i costi di produzione dell'olio base pur di non avere impianti inutilizzati. In un mercato caratterizzato da un calo della domanda, questo prezzo potrebbe essere inferiore ai costi di esercizio complessivi ma potrebbe ancora essere conveniente per il produttore. È tuttavia importante sottolineare che Exxon, Shell e, in minor misura, BP/Mobil vendono pochissimo sul mercato a pronti rispetto ai concorrenti nazionali. Come specificato sopra, la vendite di Exxon, Shell e BP/Mobil sono per lo più vendite a termine, mentre i concorrenti si orientano su vendite a pronti. Se il settore fosse sufficientemente flessibile da consentire di ridirigere i volumi dall'esportazione al consumo SEE, è evidente che, con una differenza di prezzo effettiva del 28%, questa flessibilità non esiste per i produttori che sono principalmente orientati alle vendite a pronti. Come indicato sopra, i raffinatori con un solo impianto di produzione di oli base che dispongono di pochi accreditamenti si concentrano sui miscelatori locali oppure vendono sul mercato a pronti (all'interno e all'esterno del SEE). In ogni caso il volume di qualità leggere esportate fuori dal SEE è modesto. Le vendite, infatti, si concentrano sul mercato SEE per via dei prezzi più elevati e della domanda più contenuta all'esterno del SEE. Nel 1998 le esportazioni di oli base realizzate dai nove principali concorrenti di Exxon – Mobil erano ripartite come segue, in base alla viscosità: oli neutri leggeri ([...]\*%), oli neutri medi ([...]\*%), oli neutri pesanti: [...]\*%. Alcuni concorrenti hanno addirittura descritto il mercato degli oli base leggeri come un mercato sempre più caratterizzato da una domanda superiore all'offerta.
386. In una comunicazione interna di Mobil<sup>52</sup>, l'effetto della razionalizzazione sulle qualità leggere viene descritto nei seguenti termini: [...]\*.
387. In base ai dati forniti dai principali concorrenti (Agip, Cepsa, DEA, Elf, KPI, Repsol, Shell, TotalFina, Petrogal) delle parti, la produzione di oli base nel 1998 può essere

---

52. [...]\*.

così scomposta, in base alla viscosità: oli neutri leggeri (45%), oli neutri medi (8,9%), oli neutri pesanti (46,1%).

*Nonostante i prezzi più elevati ottenibili nel SEE, i produttori di oli base non hanno la possibilità di aumentare la produzione di qualità leggere, per le quali la domanda nel SEE è due volte superiore alla domanda di qualità pesanti. I produttori SEE di oli base non possono orientarsi verso una maggiore produzione di qualità leggere senza ingenti investimenti, in quanto i concorrenti hanno segnalato di avere ottimizzato la produzione di LN.*

388. I concorrenti hanno segnalato che la flessibilità della produzione di oli base è piuttosto limitata. Un determinato greggio contiene soltanto un potenziale fisso di una certa viscosità. Scegliere un greggio diverso da quelli attualmente utilizzati dai principali concorrenti di Exxon e BP/Mobil avrà soltanto un effetto molto modesto (dal 3 al 5%) sull'entità della produzione di qualità leggere. Cambiare tipo di greggio presuppone inoltre che il raffinatore abbia una sufficiente capacità di distillazione sotto vuoto, altrimenti sarà necessario un investimento attorno ai 50 milioni di USD (cifre basate sui calcoli dei concorrenti).
389. La produzione delle qualità leggere può essere incrementata convertendo le molecole di carica pesanti in molecole leggere, il che comporterebbe la costruzione di un *hydrocracker* (con un investimento attorno ai 100 milioni di USD).
390. Le parti hanno segnalato la possibilità di utilizzare cariche più adeguate. I concorrenti hanno spiegato che questa scelta si rivela estremamente antieconomica, in quanto la carica adatta alla produzione di lubrificanti costa 10 USD/tonnellata in più della carica normale (utilizzata dalla raffineria di combustibili). Supponendo che la resa dell'olio base leggero sia di circa il 20% della carica, ne risulterebbe un aggravio di quasi 50 USD/tonnellata sul costo della produzione incrementale di olio base leggero, con una conseguente riduzione dei margini lordi di circa [...] \*%<sup>53</sup>. A questo importo occorre aggiungere i costi di trasporto della carica e la perdita di introiti sulle vendite di HN. Vari concorrenti hanno spiegato che è impossibile reperire cariche per lubrificanti senza imbattersi in costi di trasporto insostenibili.
391. Il secondo elemento è la volatilità: il raffinatore ha due alternative: migliorare la volatilità Noack (come previsto dai lubrificanti di ultima generazione) a prezzo di un calo di produttività di almeno il 10% nel caso di una raffinazione più intensiva, oppure esportare un prodotto con caratteristiche di volatilità meno rigorose sul mercato di esportazione, che è meno orientato alla qualità. Un importante produttore di oli base concorrente spiega: *'I limiti di volatilità relativi al SN 150 tendono a ridurre la capacità di produzione volumetrica di queste qualità'*.
392. È possibile che alcuni raffinatori scelgano di produrre neutri leggeri di qualità notevolmente superiore rispetto ai prodotti Exxon e BP/Mobil e che dunque abbiano una produzione ridotta di qualità leggere. Dall'altro lato le parti hanno sottolineato nel modello CO che Cepsa, Repsol e Petrogal garantiscono / commercializzano oli base leggeri a bassa volatilità e che ciò rappresenta un punto di forza per questi raffinatori.

---

53. [...]\*

La Commissione conclude che questi produttori non sceglierebbero di produrre qualità leggere a bassa volatilità se per tali prodotti non esistesse di fondo una domanda di mercato e che la volatilità è un elemento importante per valutare la possibilità di incrementare la produzione di qualità leggere.

393. Gli elementi di cui sopra mostrano che la produzione eccedente sul mercato degli oli base riguarda principalmente gli oli base pesanti, che non possono competere sul mercato europeo delle applicazioni in campo automobilistico. Le raffinerie lavorano a capacità massima oppure producono almeno la qualità richiesta fino alla massima capacità dei loro impianti. Convertire gli impianti affinché producano oli base del gruppo III potrebbe, anziché creare una capacità eccedente, determinare l'inefficienza degli impianti e la loro conseguente dismissione. La produzione supplementare negli ex paesi di importazione non europei è compensata da una ridotta capacità in Europa. Poiché la domanda attuale di oli base del gruppo III è ancora marginale, l'attuale capacità di produzione di oli base del gruppo III non sarà incrementata, come dimostra l'esempio del nuovo impianto di Neste, che funziona soltanto ad una frazione della sua capacità. Exxon, BP/Mobil e Shell dispongono di una notevole capacità per il mercato *merchant* e se gli operatori regionali hanno una capacità eccedente, le norme di accreditamento e la limitata estensione geografica di queste imprese limita la loro capacità di competere a livello europeo.
394. Le esportazioni sono diminuite a causa della crisi asiatica e dell'emergere di nuove capacità in quelle che erano regioni di esportazione. Tuttavia proprio mentre Shell e BP/Mobil hanno installato nuovi impianti ad elevata potenza in Asia (Singapore), sono stati chiusi tre impianti di produzione di oli base nell'area SEE, con una conseguente riduzione della capacità in quest'area di oltre il 7%. L'eccesso di capacità determinato dal calo delle esportazioni all'esterno del SEE è dunque stato compensato con la chiusura di impianti produttivi nel SEE.

*Prezzi di mercato e margini. L'effetto della capacità eccedente*

395. In base alle informazioni fornite dalle parti, i prezzi degli oli base nel SEE sono rimasti più o meno stabili negli ultimi dieci anni. L'evoluzione dei margini lordi come percentuale del prezzo di vendita mostra che, nello stesso periodo, non si è registrata nessuna tendenza ribassista. Il margine lordo calcolato da Exxon per SN150 e SN600 si è mantenuto compreso fra [...]\*. Da un confronto fra margini lordi e costi per il periodo [...]\*, emerge una forte correlazione fra questi importi e anche fra le loro variazioni assolute. In altri termini i prezzi sono stati marginalmente influenzati dalle variazioni dei costi negli ultimi dieci anni. Questa non è certo una caratteristica tipica di un mercato che si presume sia contrassegnato da una notevole capacità eccedente. Infatti ci si aspetterebbe che in un mercato contrassegnato da un eccesso di offerta un calo dei costi sarebbe immediatamente seguito da un calo dei prezzi. In altri termini l'eccesso di capacità incide su Exxon in misura molto inferiore rispetto ai suoi concorrenti, che sono posizionati nel terzo e nel quarto quartile dei *Solomon Cash Cost*.
396. [...]\*\*\*<sup>54</sup>.

---

54. [...]\*\*\*.

397. [...] \*<sup>55</sup>.

398. [...] \*<sup>56</sup>.

*La posizione unica di Exxon*

399. L'impianto Exxon di Augusta in Sicilia funziona sostanzialmente per approvvigionare clienti con contratti a termine sui mercati di esportazione. [...] \*.

400. [...] \*<sup>57</sup>.

Effetti prodotti dalla concentrazione sulla concorrenza nel mercato degli oli base

*Assetto del mercato dopo l'operazione di fusione*

401. In seguito all'operazione di fusione, Exxon e BP/Mobil deterrebbero una quota di mercato combinata compresa fra il [40-50] \*% e il [40-50] \*%, calcolata in base alla potenza di targa o alla capacità delle parti di vendere sul mercato *merchant* (cfr. tabella di cui sopra). Il loro immediato concorrente sarebbe Shell, con una quota di mercato intorno al 18% (in base alla potenza di targa) e al 10-14% (in base alle vendite a terzi). Total e Agip avrebbero quote di mercato inferiori all'8%. Tutti gli altri concorrenti deterrebbero quote inferiori al 5%.

402. Le parti hanno spiegato che alcune imprese nazionali integrate che producono oli base hanno la possibilità di immettere sul mercato *merchant* un volume di prodotti significativo. Tali imprese, quindi, grazie alla loro forte posizione concorrenziale, sarebbero in grado di contrastare prontamente e immediatamente qualsiasi tentativo di rialzo dei prezzi posto in essere dalle parti dopo l'operazione di concentrazione. Le parti aggiungono che l'operazione non condurrebbe alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante, in quanto il mercato è caratterizzato da un notevole eccesso di capacità strutturale pari al [...] \*% della potenza di targa. Le parti precisano inoltre che l'impiego degli impianti più avanzati per la produzione di oli base del gruppo III aumenterà addirittura la capacità di produzione di oli base del gruppo I. Analogamente le parti sostengono che le esportazioni SEE sarebbero ridirette verso il SEE per beneficiare del rialzo dei prezzi.

403. Come spiegato nelle precedenti sezioni, nessuna di queste asserzioni è stata confermata dall'indagine condotta sul mercato dalla Commissione.

*Le parti che intervengono nell'operazione potrebbero aumentare i prezzi in maniera proficua o esercitare una pressione sui prezzi.*

404. L'unica pressione potenziale sul comportamento di Exxon/Mobil potrebbe essere esercitata da Shell. In base alle informazioni raccolte sul mercato, la strategia di Shell per quanto riguarda gli oli base è orientata ad un uso *captive* e la sua capacità

---

55. [...] \*.

56. [...] \*.

57. [...] \*.



produttiva per il mercato *merchant* sarebbe insufficiente a contrastare il potere di mercato dell'entità nata dalla fusione. Inoltre Shell e Exxon detengono partecipazioni in comune e controllano insieme varie società, in particolare il produttore di additivi Infineum. Shell ha spiegato che un aumento dei prezzi del 5% non sarebbe uno stimolo sufficiente per decidere di incrementare la produzione di oli base. La politica di Shell riguardo agli oli base è volta a soddisfare innanzitutto il fabbisogno interno. La redditività della produzione rimanente è valutata nell'ottica delle attività combinate combustibili/lubrificanti delle raffinerie ed è fortemente sorretta da produzioni specialistiche (oli bianchi, grassi lubrificanti e cere) e dagli oli di processo. Shell, quindi, seguirebbe il *price leader* nella produzione di oli base.

405. Exxon potrebbe disciplinare i suoi concorrenti anche qualora essi dovessero contrastare le sue variazioni di prezzo. [...]\*. La prospettiva di un crollo dei prezzi di mercato dovuta alla manovra attuata da Exxon potrebbe dissuadere qualunque dei suoi concorrenti dall'attuare una politica concorrenziale aggressiva praticando prezzi notevolmente più bassi.
406. Le imprese concorrenti che producono oli base hanno indicato che, in caso di aumenti dei prezzi, seguiranno (ai prezzi correnti) il *price leader*. Sebbene le parti abbiano posto l'accento sul problema della capacità eccedente nel SEE, tali affermazioni non sono state confermate dai produttori di oli base concorrenti. Tutti i più importanti concorrenti (che dispongono di vari accreditamenti sui lubrificanti finiti, ad esempio Shell, Total, DEA, KPI) hanno indicato di non avere una capacità inutilizzata né volumi all'esportazione in grado di competere economicamente sul mercato SEE. Ciò è ulteriormente confermato dall'acquisizione di Fina da parte di Total. [...]\*. Total ha spiegato alla Commissione che, sebbene la sua capacità produttiva sia superiore a quella necessaria per vendere sul mercato SEE, la sua capacità di produzione di oli base leggeri non è sufficiente né può essere potenziata se non attraverso ingenti investimenti. La Commissione desume pertanto che Total non sarà in grado di fornire oli base per le attività di miscelazione di Fina.

*I clienti hanno un contropotere limitato*

*Esistono poche alternative*

407. Le parti hanno sostenuto che non potrebbero esercitare alcun potere di mercato in quanto sarebbero confrontate a una domanda concentrata ed esigente rappresentata dai miscelatori di lubrificanti. Tale argomentazione, tuttavia, non può essere accettata, in quanto le grosse imprese di miscelazione di lubrificanti avrebbero quale unica scelta quella di rivolgersi a Exxon - BP/Mobil o a Shell. Mentre prima dell'operazione i miscelatori possono determinare una contrapposizione fra una delle tre compagnie e le altre due, tale possibilità svanirà dopo l'operazione, quando Exxon - BP/Mobil avrà una posizione dominante sul mercato. I principali miscelatori hanno chiaramente indicato che la qualità e la sicurezza degli approvvigionamenti prevalgono sul prezzo e che essi tendono a limitare a due o tre al massimo il numero di fornitori per le loro attività pan-regionali. Dopo l'operazione di fusione, i miscelatori non avranno molta scelta, in quanto Shell dispone soltanto di una capacità limitata per il mercato *merchant* che non sia già vincolata da contratti a termine.
408. Alcuni miscelatori concorrenti hanno sostenuto che, nel caso in cui Exxon BP/Mobil dovessero aumentare i prezzi di cinque punti percentuali, avrebbero difficoltà a

cambiare fornitori di oli base per i motivi suindicati. Invece di cambiare sia il fornitore di oli base sia il fornitore di additivi, essi prenderebbero in considerazione la possibilità alternativa di contattare i vari produttori di additivi per acquistare combinazioni già esistenti e accreditate. Questa operazione, tuttavia, non sarebbe rapida, soprattutto per via dei tempi tecnici necessari per liquidare le scorte di additivi esistenti, ricostituire le scorte e ottenere le approvazioni degli OEM. Alcuni produttori di oli base concorrenti hanno calcolato che sarebbero necessari dai 12 ai 18 mesi, per un costo compreso fra EUR 300 000 e 700 000. In pratica il miscelatore accetterebbe l'aumento di prezzo per iniziare da zero una formula completamente nuova se il volume di vendita previsto potesse compensare i necessari costi di R&S stanziati in bilancio. I miscelatori sarebbero schiacciati fra i prezzi maggiorati degli oli base e gli acquirenti di lubrificanti, dato che il mercato dei lubrificanti appare concorrenziale.

*È improbabile che le riforme proposte dall'ATIEL abbiano un impatto sul mercato*

409. Le parti, inoltre, hanno argomentato che le norme dell'ATIEL relative all'interscambiabilità degli oli base (e dunque la facilità con cui gli oli base possono essere sostituiti nelle formulazioni dei lubrificanti) saranno modificate nel 1999. I cambiamenti proposti consentirebbero ai piccoli produttori di oli base di costituire famiglie intercambiabili di oli base. È vero che l'ATIEL, un'organizzazione professionale che annovera fra i suoi membri molti produttori di lubrificanti, ha disposto la revisione delle sue linee guida sull'interscambiabilità degli oli base. Questa revisione è stata richiesta alcuni anni fa dalle compagnie di raffinazione nazionali e dai miscelatori di lubrificanti. Sembra che la richiesta sia stata motivata indicando che le compagnie con più raffinerie si trovano in una posizione notevolmente avvantaggiata in termini di forniture paneuropee rispetto alle compagnie con una sola raffineria. Poiché la revisione non è ancora stata attuata, la Commissione ritiene che la valutazione dell'operazione proposta debba basarsi sui requisiti attualmente previsti dalle linee guida ATIEL relative all'interscambiabilità degli oli base, anziché su un'eventuale revisione futura delle stesse.
410. In effetti è tuttora assai improbabile che tali modifiche siano apportate. L'ATIEL rappresenta l'industria dei lubrificanti e riunisce rappresentanti dei miscelatori indipendenti e delle compagnie petrolifere integrate nazionali. Anche se le compagnie petrolifere integrate pan-regionali (Exxon, BP/Mobil e Shell) sono in minoranza, la modifica delle regole dovrà essere adottata all'unanimità. Il fatto che la richiesta di modifica delle norme ATIEL sia stata avanzata tre anni fa indica chiaramente che il raggiungimento di un accordo è un processo lungo ed estenuante che non si è ancora concluso. Anche se la proposta fosse adottata all'unanimità, dovrebbe comunque essere approvata dall'ATC e dall'ACEA. L'ATC (fornitori di additivi) non dovrebbe creare particolari difficoltà ma l'ACEA (che rappresenta gli OEM), invece, esigerà la prova che la modifica delle norme ATIEL non inciderà negativamente sulla qualità dei lubrificanti finiti (con effetti sulla responsabilità per danni da prodotti difettosi), il che potrebbe impedire una rapida attuazione (o addirittura l'accettazione) delle modifiche proposte.
411. Anche nel caso in cui la revisione fosse approvata integralmente come da proposta (con l'adozione di un sistema in cui due o più imprese avrebbero la possibilità di effettuare le prove congiuntamente in modo da potere indicare l'interscambiabilità dei

loro prodotti), la Commissione non ritiene che una minore severità dei requisiti di intercambiabilità degli oli base possa essere un fattore determinante per valutare il funzionamento del mercato. I principali costruttori di motori europei hanno accettato di adottare, tramite la loro rappresentanza nell'ACEA, alcune prescrizioni tecniche minime per i motori a benzina e per i motori diesel per i quali la questione dell'intercambiabilità degli oli base è regolata dal codice ATIEL. In Europa il 50% degli OEM utilizza le specifiche API, l'altro 50% le specifiche ACEA, in quanto i costruttori giapponesi e americani tendono a utilizzare le specifiche API mentre i costruttori europei si basano sulle specifiche ACEA. Le autovetture di produzione non europea utilizzeranno pertanto lubrificanti rispondenti alle specifiche API e i miscelatori di lubrificanti per autotrazione otterranno dunque entrambi gli accreditamenti in modo tale da realizzare un volume di vendite sufficiente sul mercato. In realtà praticamente tutti i lubrificanti per autotrazione in commercio soddisfano le specifiche API, in quanto si ritiene che i consumatori abbiano maggiore familiarità con questo standard. I fornitori di additivi hanno spiegato che i lubrificanti a norma ACEA in genere non sono commercializzati isolatamente e comportano altre approvazioni. Di conseguenza i lubrificanti per autotrazione devono ottenere entrambi gli accreditamenti perché sia possibile realizzare un volume di vendita sufficiente sul mercato. Pertanto le modifiche proposte inciderebbero soltanto sul mercato SEE degli oli di primo riempimento in cui Exxon e, in minor misura, BP/Mobil occupano una posizione di rilievo. I produttori nazionali di oli base / i miscelatori di lubrificanti prevedono che un allentamento delle norme ATIEL finirà per aprire la strada ad uno standard comune ACEA-API, anche se finora non sono stati compiuti passi in tale direzione (né si prevede un'evoluzione in tal senso). Poiché le specifiche API cambiano ogni due anni, i costi effettivi di accreditamento e l'assenza di intercambiabilità fra oli base rimarranno invariati.

412. Inoltre l'ACEA impone soltanto prescrizioni tecniche minime. I singoli OEM impongono requisiti più rigorosi. Ford, ad esempio, dispone di proprie specifiche di prodotto a cui i fornitori devono conformarsi non soltanto in seno all'Unione ma anche nel resto del mondo. Queste specifiche si basano sullo standard API. Volkswagen, per citare un altro esempio, utilizza soltanto standard API.

*Esercizio del potere di mercato*

413. Sulla base di quanto precede, si può concludere che Exxon e BP/Mobil occuperanno una posizione dominante sul mercato SEE degli oli base. L'indagine condotta sul mercato ha rivelato che l'operazione di concentrazione non avrà per effetto di creare o rafforzare una posizione dominante sul mercato degli additivi o dei lubrificanti finiti. Tuttavia l'esercizio del potere di mercato della nuova entità Exxon-BP/Mobil sul mercato degli oli base e il fatto che Infineum già detenga una solida posizione nel mercato degli additivi potrebbero condurre al rafforzamento della posizione sul mercato dei lubrificanti finiti. Per lo sviluppo dei lubrificanti di prossima generazione, tale controllo sulla catena di approvvigionamento dei lubrificanti potrebbe addirittura avere per effetto di ostacolare la concorrenza in maniera significativa.
414. Dopo la concentrazione, l'entità combinata Exxon-BP/Mobil potrebbe utilizzare la sua posizione dominante sul mercato degli oli base attraverso varie strategie. Ad esempio potrebbe essere incoraggiata a sfruttare il suo predominio sul mercato degli oli base per provocare un aumento dei costi dei concorrenti indipendenti sul mercato

dei lubrificanti. A tale fine la nuova entità potrebbe esercitare pressioni sugli operatori minori attraverso un aumento dei prezzi dell'olio base, attraverso la standardizzazione dei prodotti con un crescente numero di nuove formulazioni accreditate composte dall'olio base di sua produzione e dai pacchetti additivi Infineum, o addirittura mediante improvvisi rialzi dei prezzi, la vendita combinata di olio base-additivi e la vendita limitata delle materie prime. Anche Shell trarrebbe vantaggio da una simile strategia, che la rafforzerebbe consolidando la sua posizione sul mercato dei lubrificanti. I piccoli produttori di oli base non riuscirebbero a contrastare tali manovre, in quanto i loro oli base non sono utilizzati come oli di riferimento dai fornitori di additivi. Essi sono costretti, anche qualora abbiano dimensioni mondiali, a fornire oli base di fonti diverse (produzione propria in alcuni paesi e oli base della concorrenza in altri paesi) e dunque a investire più tempo e denaro nelle approvazioni (API/ACEA e OEM), con un indebolimento della loro posizione concorrenziale.

415. In seguito all'operazione di concentrazione, la nuova entità Exxon-BP/Mobil potrebbe essere maggiormente stimolata a sfidare i concorrenti sul mercato mutevole degli oli base sottraendo quote di mercato alle compagnie petrolifere integrate nazionali, ad esempio attraverso una politica di prezzi bassi. Soltanto Shell sembrerebbe adeguarsi ai prezzi bassi e gli altri operatori, di fronte alla debole domanda nel SEE, potrebbero essere costretti a dirottare le vendite sul mercato di esportazione. Sarebbe così minata la posizione concorrenziale degli operatori nazionali e aumenterebbero le pressioni per la chiusura delle raffinerie di oli base obsolete, in quanto non sarebbe più economicamente sostenibile mantenere in funzione alcuni di questi impianti. La dismissione degli impianti eliminerebbe l'attuale eccesso di capacità. Se tale strategia dovesse avere successo, Exxon-BP/Mobil potrebbe poi rialzare i prezzi.
416. Grazie alla propria forza tanto sul mercato degli oli base ([40-50]\*%) quanto sui mercati dei lubrificanti ([20-30]\*%), Exxon-BP/Mobil potrebbe riuscire ad estendere la propria posizione dominante sul mercato degli oli base alle attività nel settore degli additivi e dei lubrificanti. L'entità nata dalla fusione si troverebbe in una posizione tale da assicurarsi i futuri sviluppi di nuovi lubrificanti e da stabilire stretti legami con gli OEM e con i produttori di additivi, il che a sua volta creerebbe ostacoli all'entrata dei loro concorrenti nel mercato.
417. Il mercato dei pacchetti additivi è determinato dal mercato dei prodotti finiti contenenti tali additivi: il potere di mercato è esercitato concentrando la catena di approvvigionamento dei lubrificanti. Poiché i pacchetti additivi sono sempre più spesso legati a specifici oli base in modo tale da fornire l'alto livello di prestazione richiesto dagli OEM, l'eccesso di capacità relativo agli oli base non è più garanzia di un mercato concorrenziale. I miscelatori indipendenti ricorrerebbero sempre di più agli oli base di Exxon-BP/Mobil ed eventualmente di Shell, che sono prontamente sottoposti a prove e accreditati dai fornitori di additivi. Sviluppare miscele di additivi con altri oli base avrebbe un costo superiore, poiché con questi oli base i produttori di additivi non sarebbero più certi di realizzare un volume di vendite sufficiente.
418. Sempre più spesso lo sviluppo, l'esecuzione delle prove e l'accreditamento di oli base diversi da quelli di Exxon-BP/Mobil dovrebbero essere finanziati dai miscelatori di lubrificanti. Questi passaggi nello sviluppo dei lubrificanti, altrimenti finanziati (in parte) dal fornitore di additivi, imporrebbero notevoli costi ai miscelatori. I piccoli miscelatori indipendenti sarebbero i primi a subirne le conseguenze e

scomparirebbero dal mercato. Le imprese di miscelazione nazionali integrate limiterebbero le loro attività al territorio nazionale. Anche le imprese di miscelazione più vitali, quali Castrol, Fuchs o Texaco, risentirebbero di un aumento dei costi e finirebbero per non essere più in grado di competere con Exxon-Mobil e Shell a livello di prezzi. I budget per R&S e marketing di queste imprese diminuirebbero, rafforzando ulteriormente la leadership di mercato di Exxon-BP/Mobil.

### Conclusione

419. Sulla base di quanto precede, si può concludere che l'operazione in oggetto porta alla costituzione di una posizione dominante sul mercato SEE degli oli base.

### ***Additivi***

420. Il mercato degli additivi è molto concentrato: i cinque principali fornitori detengono l'86% del mercato mondiale (e oltre il 90% del mercato degli additivi per oli per motori). Lubrizol e Ethyl (che occupano rispettivamente il 1° e il 3° posto sul mercato) limitano le loro attività agli additivi. Texaco (al 5° posto) ha una propria società produttrice di additivi ma non produce oli base, mentre Chevron (Oronite), che occupa il 4° posto, commercializza unicamente lubrificanti sul mercato europeo. Infineum occupa il secondo posto ed è stata costituita all'inizio del '98 dalla fusione fra le attività di produzione di additivi di Shell e Exxon. I cinque produttori forniscono sia pacchetti DI sia miglioratori IV. Anche se la posizione di Infineum non sarà rafforzata in modo significativo dalla quota ridotta ([...]\*%) che Mobil detiene sul mercato degli additivi, va osservato che, dopo la concentrazione, Infineum avrà legami diretti con tutti i produttori di oli base pan-regionali che hanno una capacità eccedente da riversare sul mercato *merchant* dei prodotti accreditati per applicazioni nel settore automobilistico. Data la modesta concomitanza delle quote, la concentrazione non creerà né rafforzerà una posizione dominante sul mercato degli additivi per lubrificanti.

### ***Lubrificanti***

421. Nell'attuale panorama concorrenziale vari operatori di rilievo competono a livello paneuropeo. Questi operatori sono talvolta imprese integrate verticalmente quali le parti notificanti oppure miscelatori indipendenti quali Castrol o Fuchs. Tanto Exxon quanto Mobil hanno importanti attività nel ramo dei lubrificanti e devono fare fronte alla concorrenza delle compagnie petrolifere integrate (nazionali) quali Agip, TotalFina, Elf, Repsol, Statoil, Nynas, Texaco, Shell (che è considerata il maggiore produttore mondiale di lubrificanti per uso industriale e per autotrazione) e dei produttori di lubrificanti indipendenti quali Castrol, Fuchs/DEA.
422. Nel 1996 la quota di Exxon sul mercato SEE dei lubrificanti per autotrazione era del 10%, quella di BP/Mobil (quota aggregata) era del 13%. Enerfinance calcola che nello stesso periodo Shell detenesse il 13% del mercato, Castrol il 7%, Elf il 6% e TotalFina il 6%. Nel 1996 la quota di Exxon sul mercato SEE dei lubrificanti per uso industriale era dell'8%, quella di BP/Mobil (quota aggregata) era del 17%. Enerfinance calcola che, nello stesso periodo, Shell detenesse l'11% del mercato, Castrol il 6%, AGIP il 6%, KPC il 4%, Elf il 3% e TotalFina il 5%.

423. Per quanto riguarda i lubrificanti per la nautica, Shell è leader di mercato con il 21%. Exxon (12%) e Mobil (18%) sono saldamente presenti. La quota di mercato di BP è attorno al 14%. Castrol, Elf e Texaco detengono ciascuna una quota di circa il 10%.
424. Anche se le parti, unendo l'efficienza di Exxon e la forza del marchio di Mobil, diventeranno di gran lunga la maggiore impresa di miscelazione e commercializzazione di lubrificanti, la concentrazione non porterà alla costituzione di una posizione dominante se non attraverso lo sfruttamento del loro predominio sul mercato degli oli base. Il settore dei lubrificanti rimarrà probabilmente concorrenziale e vedrà competere operatori quali Shell, Castrol, TotalFina o Elf. Inoltre l'influenza e il potere d'acquisto di clienti quali i distributori o gli OEM sembrano destinati ad aumentare ulteriormente in futuro.

## **E. RAFFINAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI COMBUSTIBILI (SETTORE PETROLIFERO *DOWNSTREAM*)**

### **PANORAMICA GENERALE**

425. Le attività *downstream* includono la raffinazione del greggio e la commercializzazione e la distribuzione dei prodotti raffinati agli utenti finali.

#### ***La catena di approvvigionamento***

##### Raffinazione

426. La raffinazione del greggio consiste in genere nei seguenti processi: **i)** frazionamento del petrolio greggio negli idrocarburi che lo compongono; **ii)** conversione, che comporta la modifica della natura chimica dei prodotti; **iii)** trattamento, che consiste nel ridurre a livelli accettabili la quantità di elementi indesiderati o tipi di molecole specifiche; e **iv)** miscelazione, ovvero la combinazione di vari prodotti raffinati allo scopo di soddisfare le prescrizioni del mercato.

427. I prodotti raffinati sono spesso classificati come distillati leggeri (GPL, benzina per autotrazione, nafta), distillati medi (diesel, gasolio per uso domestico, cherosene) e prodotti pesanti (olio combustibile e bitume).

##### Vendita e commercializzazione di prodotti raffinati

428. I prodotti raffinati sono venduti attraverso il canale della distribuzione al dettaglio oppure nel canale della distribuzione all'ingrosso. Le vendite al minuto includono la vendita di carburanti agli automobilisti nelle stazioni di servizio. I prodotti venduti attraverso la distribuzione al dettaglio sono la benzina per autotrazione e il diesel. In alcuni paesi i canali di vendita al dettaglio distribuiscono anche GPL per autotrazione.

429. Le vendite all'ingrosso interessano tre categorie di clienti: dettaglianti indipendenti (gestori di stazioni di servizio senza insegna quali gli ipermercati), altri rivenditori indipendenti, consumatori industriali e commerciali (ospedali, autonoleggi, fabbriche). La fornitura è effettuata dai raffinatori o da altri *marketer* che dispongono di ingenti volumi di prodotti raffinati in quanto possiedono nelle vicinanze o un sito di produzione (raffineria) o un grosso impianto di stoccaggio (terminale).

430. Le vendite da raffineria riguardano grosse partite vendute a pronti dai raffinatori ad altre compagnie petrolifere e a *trader*, rivenditori e grossi clienti industriali. Solitamente queste operazioni di vendita comportano acquisti *una tantum* (singole consegne) di partite cargo (partite da 1-3 Kt viaggianti su chiatta o partite fino a un massimo di 20 Kt trasportate su nave cisterna) e sono effettuate a prezzi basati sulle quotazioni di mercato. I prodotti sono venduti franco raffineria. Le vendite da raffineria servono a rifornire quello che nel settore viene definito «mercato cargo». Poiché queste operazioni di solito interessano grosse quantità di prodotti raffinati che possono viaggiare su lunghe distanze grazie alla relativa esiguità dei costi di trasporto, i prezzi sul mercato cargo in tutto il mondo sono allineati. Questi prezzi sono pubblicati quotidianamente da società quali Platt's e Petroleum Argus, affinché gli acquirenti abbiano modo di negoziare attingendo a dati aggiornati sui prezzi.

### Trasporto dei prodotti raffinati

431. I prodotti raffinati che sono venduti direttamente dalla raffineria sui mercati cargo sono trasportati su nave cisterna o chiatta. Il trasporto e la distribuzione fisica dei prodotti raffinati prevedono tre diverse fasi: **i)** trasporto dei prodotti raffinati dalle raffinerie ai terminali di distribuzione tramite oleodotto, ferrovia o idrovia (distribuzione primaria); **ii)** stoccaggio dei prodotti combustibili sfusi presso i terminali di distribuzione e successivo caricamento sui veicoli di consegna; e **iii)** trasporto e consegna ai clienti, soprattutto mediante automezzi pesanti ma anche in treno e su chiatta (distribuzione secondaria). Ad ognuno di questi livelli sono presenti vari operatori indipendenti e gli utilizzatori di questi servizi hanno a disposizione una vasta gamma di alternative competitive.

### Logistica

432. I terminali di distribuzione sono un elemento essenziale nella distribuzione di prodotti combustibili ai clienti finali. In genere le compagnie petrolifere possiedono depositi di stoccaggio disseminati su tutto il territorio e oleodotti per garantire consegne tempestive ai clienti, incluse stazioni di servizio. Tuttavia possiedono impianti di stoccaggio anche alcuni gestori di terminali indipendenti che noleggiavano la capacità di stoccaggio a tutte le parti interessate in base a contratti a breve e a lungo termine. In genere i depositi di stoccaggio sono di due tipi: i grossi terminali con una capacità superiore a 50.000 m<sup>3</sup>, riforniti tramite mezzi di trasporto di grossa portata (oleodotti, navi, chiatte, vagoni-cisterna) e i depositi periferici di dimensioni inferiori, che garantiscono la distribuzione di piccole quantità di prodotti al destinatario finale tramite mezzi di trasporto secondario (automezzi pesanti e chiatte).

### Contesto concorrenziale

433. Il settore petrolifero *downstream* è caratterizzato dalla presenza di numerose compagnie petrolifere integrate verticalmente attive nella raffinazione, nel commercio all'ingrosso e nella vendita al dettaglio di prodotti raffinati. Tuttavia ciascun segmento del settore dei combustibili *downstream* include anche varie imprese indipendenti non integrate.
434. Più specificamente con riferimento alla vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione, il contesto concorrenziale è caratterizzato sostanzialmente dalla presenza di tre categorie di operatori:
- i)** le compagnie petrolifere tradizionali, integrate verticalmente, che sono attive a tutti i livelli della catena di approvvigionamento, in particolare nella raffinazione, nel commercio all'ingrosso e nella vendita al dettaglio. All'interno di questa categoria è possibile operare un'ulteriore distinzione fra le *major*, ovvero grosse multinazionali integrate verticalmente che operano nella maggioranza dei paesi SEE (Exxon, Shell, BP/Mobil), le *mini-major*, ovvero multinazionali di dimensioni minori che concentrano le loro attività in alcuni paesi SEE (Total, Texaco) e le grandi compagnie nazionali, ovvero compagnie nazionali integrate verticalmente che detengono una solida posizione nei loro paesi di origine (Elf, Agip).
  - ii)** i dettaglianti indipendenti, ossia operatori che sono attivi soltanto nella vendita al dettaglio e che acquistano i carburanti dai raffinatori e da altri *trader*. Ne sono un esempio le cosiddette "pompe bianche". In genere si tratta di impianti con volumi di vendita inferiori (rispetto alla media del settore) che un tempo appartenevano alle



grandi compagnie petrolifere mentre oggi sono posseduti e gestiti da operatori indipendenti. I gestori di singoli punti vendita o di più punti vendita acquistano questi impianti e, con un investimento minimo, li mantengono in funzione come impianti privi di insegna (marche bianche).

*iii*) gli ipermercati e i supermercati, che sono fornitori non tradizionali di carburanti al dettaglio. Nonostante alcune similitudini con i dettaglianti indipendenti tradizionali, ipermercati e supermercati si differenziano da questi concorrenti sotto diversi aspetti. In genere gli ipermercati sono catene di *mass merchandising* che vendono generi alimentari e altri beni di consumo e che dispongono, nell'area parcheggio, di un impianto per la vendita al minuto di carburanti. A differenza della maggioranza dei dettaglianti indipendenti, in genere gli ipermercati non considerano la vendita di carburanti come parte integrante del loro *core business*, ovvero della loro attività di base, bensì come un servizio aggiuntivo offerto ai loro clienti o come un modo in più per attirare i clienti nei loro negozi. Per l'entità della clientela, di solito gli ipermercati erogano notevoli quantità di carburante e in genere hanno prezzi competitivi. Infine, a differenza di alcuni dettaglianti indipendenti, in genere gli ipermercati operano in aree densamente popolate anziché in aree rurali.

435. Gli impianti di distribuzione al dettaglio possono essere posseduti o noleggiati dalla società fornitrice (COSS) oppure da operatori indipendenti (DOSS). All'interno del canale COSS si distinguono inoltre due tipi di stazioni di servizio:

i) **stazioni di tipo COCO (company owned - company operated)**, ovvero stazioni gestite da dipendenti dell'impresa fornitrice retribuiti tramite stipendio e salario, o da agenti che percepiscono una provvigione. In entrambi i casi l'impresa fornitrice rimane proprietaria dei carburanti stoccati nei locali della stazione di servizio e fissa i prezzi alla pompa.

ii) **stazioni di tipo CODO (company owned - dealer operated)**, ovvero stazioni gestite da locatari indipendenti che acquistano carburanti di marca.

Anche il canale DOSS può essere suddiviso in due categorie:

i) **stazioni di servizio gestite da rivenditori**, ovvero stazioni di servizio di proprietà di operatori indipendenti in cui l'impresa fornitrice vende i carburanti al rivenditore;

ii) **stazioni di servizio gestite da agenti**, ovvero stazioni di servizio di proprietà di operatori indipendenti che vendono il carburante della società fornitrice.

Nelle stazioni CODO e DODO (*dealer operated - dealer owned*) il rivenditore può, in linea di massima, fissare i prezzi alla pompa in quanto è il proprietario del carburante venduto. Tuttavia nella realtà la società fornitrice mantiene in genere un forte controllo sulla politica dei prezzi di questi impianti, fondamentalmente attraverso alcuni meccanismi di compensazione finanziaria destinati a coprire le perdite che l'operatore subisce a causa della riduzione dei prezzi alla pompa che la società intende attuare. Inoltre i rapporti contrattuali fra il rivenditore indipendente e la società fornitrice sono tali che il rivenditore in genere accetta di praticare il prezzo alla pompa consigliato dalla società.

### ***Mercato del prodotto***

#### Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione

436. La vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione consiste nella vendita di carburante agli automobilisti presso stazioni di servizio con o senza insegna. I prodotti venduti sono soprattutto benzina e diesel. Sul versante della domanda, non vi è alcuna sostituibilità fra questi prodotti, in quanto gli automobilisti devono utilizzare

il tipo di carburante più adatto al loro veicolo. Esiste tuttavia una sostituibilità dal lato dell'offerta, in quanto le raffinerie possono essere poste in condizione di produrre diversi tipi di carburanti. Si osserva una notevole flessibilità in base alla qualità del greggio e alla configurazione della raffineria. A livello di distribuzione, entrambi i prodotti sono sempre disponibili in uno stesso punto vendita. Inoltre le quote di mercato di ciascun tipo di carburante coincidono approssimativamente con la quota di mercato aggregata. Di conseguenza ai fini della valutazione del caso in oggetto, nel canale di vendita al dettaglio il mercato del prodotto rilevante è costituito dalla vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione e dunque non è necessario operare un'ulteriore distinzione.

#### Vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio

437. In alcuni paesi la vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade può essere considerata un mercato del prodotto distinto. Tale distinzione è basata sulle diverse condizioni concorrenziali che caratterizzano un'autostrada. In primo luogo la domanda è di tipo *captive* ovvero vincolata, poiché in genere gli automobilisti che viaggiano in autostrada non hanno dimestichezza con la regione che attraversano. Di conseguenza è assai improbabile che l'automobilista scelga di lasciare l'autostrada per acquistare carburante in una stazione di servizio dislocata lontano dall'autostrada. In secondo luogo gli automobilisti scelgono di viaggiare in autostrada per ragioni di rapidità e dunque non sono disposti a perdere tempo con il rifornimento. Il pagamento di un pedaggio è un ulteriore fattore che scoraggia gli automobilisti ad uscire dall'autostrada e ad acquistare il carburante fuori dall'autostrada. In generale gli automobilisti pagano un pedaggio in cambio del vantaggio della velocità e saranno ancora meno stimolati ad uscire dall'autostrada per effettuare il rifornimento. Il fatto che i prezzi alla pompa sulle autostrade siano in genere più alti rispetto ai prezzi sulle strade ordinarie indica chiaramente che le autostrade possono costituire mercati distinti.

#### Vendita all'ingrosso

438. La vendita all'ingrosso di combustibili non può essere aggregata allo stesso modo. I diversi tipi di combustibile sono forniti per usi diversi a vari tipi di clienti. Anche i canali di distribuzione possono essere estremamente diversi, poiché la fornitura di olio combustibile ad un impianto di produzione di energia elettrica è diversa dalla fornitura di GPL per il riscaldamento domestico. L'investimento richiesto per questi canali di distribuzione sarà diverso da quello previsto per i combustibili venduti al dettaglio. Per i due combustibili venduti in quantità significative sul mercato al dettaglio e all'ingrosso, ovvero il diesel e il GPL, l'uso del prodotto dipende dal canale di distribuzione. Il diesel venduto al dettaglio è acquistato dagli utilizzatori di autovetture e altri veicoli con motori diesel. Il diesel venduto all'ingrosso è in genere fornito a imprese di trasporto su grande scala che dispongono di un vasto parco autoveicoli e di proprie infrastrutture di stoccaggio. Analogamente il GPL per autotrazione sarà fornito attraverso impianti di vendita al minuto e il GPL per il riscaldamento domestico sarà fornito attraverso canali di distribuzione all'ingrosso.
439. Alla luce di quanto precede, nel canale di distribuzione all'ingrosso ogni prodotto raffinato costituisce un mercato del prodotto rilevante.

## ***Mercato geografico***

### Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione

440. Dal punto di vista geografico, il mercato della vendita al dettaglio di carburanti è caratterizzato da un elemento locale, in quanto la domanda proviene da automobilisti che di norma si riforniscono presso le stazioni di servizio ubicate nelle vicinanze del loro centro di attività. Di conseguenza la sostituibilità fra le stazioni di servizio è geograficamente limitata.
441. Dall'altro lato esiste solitamente una certa sovrapposizione fra i bacini di utenza delle stazioni di servizio, sovrapposizione che non soltanto determinerà interazioni concorrenziali fra stazioni di servizio geograficamente limitrofe ma, in una certa misura, avrà anche un effetto "domino" o "a catena" sulle stazioni di servizio più distanti. Di conseguenza, l'area geografica da prendere in considerazione ai fini della valutazione sotto il profilo della concorrenza può includere varie aree sovrapposte di modeste dimensioni. Inoltre sul versante dell'offerta molti parametri di concorrenza importanti, ad esempio la gamma di prodotti, le fonti di tali prodotti, la qualità, il livello di servizio (orario di apertura ecc.), la pubblicità, la promozione e i prezzi (ad esempio sui prodotti della campagna) non sono decisi a livello locale bensì a livello regionale o nazionale. Inoltre nella vendita al dettaglio dei carburanti la tassazione incide pesantemente sui prezzi finali alla pompa (nel regno Unito le tasse incidono sul prezzo alla pompa nella misura dell'80%) al punto che, di fatto, le variazioni dei prezzi nella maggioranza dei mercati nazionali tendono ad essere piuttosto modeste. Si aggiunge che le posizioni di mercato dei vari fornitori tendono ad essere piuttosto simili nelle varie aree dei mercati nazionali in cui essi operano. Alla luce di quanto precede, ai fini del presente caso il mercato della vendita al dettaglio di carburante sarà considerato di dimensione nazionale.

### Vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio

442. Le considerazioni di cui nei considerando 440-441 si applicano anche alla vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio.

### Vendita all'ingrosso di prodotti raffinati (combustibili)

443. Si evince, da una serie di elementi, che il mercato geografico della vendita all'ingrosso è di dimensione locale. In tale mercato l'offerta è rappresentata dai raffinatori che possono vendere ingenti quantità di prodotti raffinati direttamente dalle loro raffinerie o dai loro terminali. La domanda è rappresentata dai rivenditori e dagli utenti finali che ricercano una vicina fonte di approvvigionamento, dati i costi supplementari che dovrebbero sostenere per trasportare questi prodotti dal punto di approvvigionamento al luogo di destinazione finale (una stazione di servizio, un utente domestico, una fabbrica). Analogamente il grado di sostituibilità fra le fonti di approvvigionamento è geograficamente limitato. In generale, ogni punto di approvvigionamento può servire una precisa area geografica (bacino di utenza o entroterra), il cui raggio dipende dai costi di trasporto che i clienti devono sopportare quando i prodotti vengono trasportati sino alla destinazione finale. Questi costi possono variare a seconda del mezzo di trasporto. Tuttavia poiché, in genere, i clienti utilizzano il trasporto stradale, questo raggio è solitamente di 100-150 km.

444. Dall'altro lato può esistere una certa sovrapposizione fra i bacini di utenza delle varie fonti di approvvigionamento, che non soltanto determinerà interazioni concorrenziali fra aree geograficamente limitrofe ma, in una certa misura, avrà anche effetti "domino" o "a catena" sui punti di approvvigionamento più distanti. Di conseguenza l'area geografica da prendere in considerazione ai fini della valutazione sotto il profilo della concorrenza può includere diverse piccole aree sovrapposte.
445. In ogni caso la questione può essere lasciata aperta, in quanto l'operazione non solleva particolari preoccupazioni, indipendentemente dalla definizione di mercato geografico scelta nel presente caso.

### ***Valutazione sotto il profilo della concorrenza***

#### Valutazione della *joint venture* BP/Mobil

446. Per valutare l'impatto dell'operazione sulla concorrenza, sarebbe innanzitutto necessario valutare la posizione della nuova entità con riferimento ai legami strutturali esistenti fra BP e Mobil. Nel mercato *downstream* dei prodotti correlati al petrolio, Mobil ha costituito insieme a BP un'impresa comune che riunisce tutte le attività europee in questo comparto. In particolare la *joint venture* include le attività di raffinazione, fornitura, vendita e commercializzazione di combustibili raffinati e lubrificanti. Nell'ambito di questa impresa, BP gestisce il complesso delle attività sui combustibili, mentre Mobil si occupa del comparto lubrificanti. La *joint venture* è stata notificata e illustrata nei dettagli in conformità del regolamento sulle concentrazioni.
447. Nella presente notifica, le parti sostengono che mentre Mobil è risultata detenere il controllo congiunto di BP/Mobil ai sensi del regolamento sulle concentrazioni, Mobil non ha alcun coinvolgimento nella gestione quotidiana delle attività sui combustibili di BP/Mobil. Di conseguenza le parti sostengono che l'entità combinata Exxon/Mobil e BP/Mobil saranno entrambe stimolate a mantenere in essere una forte competizione in questo comparto. Analogamente non sarebbe appropriato aggregare le quote di BP/Mobil con quelle di Exxon al fine di valutare le implicazioni dell'operazione sulla concorrenza.
448. In sostanza le parti nelle loro argomentazioni sostengono che, sebbene Mobil eserciti un controllo congiunto sulla *joint venture* BP/Mobil, la nuova entità Exxon/Mobil e la *joint venture* BP/Mobil dovrebbero essere considerate due imprese indipendenti in competizione fra loro, almeno per quanto riguarda le attività a valle relative ai combustibili. In altri termini, secondo le parti l'esistenza di un rapporto di controllo non influenza gli stimoli a competere delle imprese interessate da tale rapporto.
449. Tale argomentazione deve essere respinta sulla base di una serie di considerazioni. In base al regolamento sulle concentrazioni, l'acquisizione di un controllo comune o la creazione di una impresa comune che eserciti tutte le funzioni di un'entità economica autonoma costituiscono concentrazioni e in quanto tali devono essere valutate per stabilire se creino o rafforzino una posizione dominante, come previsto dall'articolo 2 del regolamento sulle concentrazioni. Per appurare l'esistenza di una posizione dominante, i rapporti fra la *joint venture* e le società controllanti sono valutati sulla base del presupposto, in genere corretto, secondo cui tali imprese raggiungono una qualche forma di integrazione e la società capogruppo è in una posizione tale da controllare la politica commerciale dell'impresa comune, cosicché dal punto di vista

della concorrenza tali imprese non devono essere considerate in competizione fra loro.

450. Con riferimento al presente caso, occorre ricordare che la *joint venture* BP/Mobil è stata notificata alla Commissione in conformità del regolamento sulle concentrazioni ed è stata trattata come impresa comune concentrativa. Si è ritenuto che tanto BP quanto Mobil detenessero il controllo comune dell'intera *joint venture*, indipendentemente dal fatto che ciascuna avesse una specifica responsabilità operativa per un preciso ramo di attività (BP per i combustibili e Mobil per i lubrificanti). Tale conclusione è basata, in particolare, sul fatto che le due società controllanti esercitavano un'influenza decisiva sulla politica della *joint venture* attraverso un consiglio di vigilanza che aveva, fra i suoi compiti, quello di adottare decisioni in ordine ai seguenti aspetti: piani aziendali, grosse acquisizioni, chiusure, cessioni, investimenti e alcune altre decisioni strategiche. Mobil era una delle parti notificanti di tale operazione e al tempo della notifica non ha mai contestato queste osservazioni.
451. L'argomentazione delle parti secondo la quale Mobil non è in una posizione tale da interferire nella gestione quotidiana delle attività di BP nel ramo combustibili non è convincente: dalle prove raccolte nell'indagine, emerge che nella situazione attuale Mobil (e dopo la fusione, l'entità Exxon/Mobil) esercita effettivamente una profonda e significativa influenza su tutte le decisioni pertinenti in materia di concorrenza che riguardano le attività di BP/Mobil nel ramo combustibili, in particolare adottando, nel consiglio di vigilanza, decisioni importanti quali l'approvazione del *business plan* strategico, l'impostazione dei parametri di controllo finanziario, l'approvazione di grosse acquisizioni, chiusure, cessioni e investimenti e altre decisioni strategiche. Inoltre BP è obbligata per contratto ad ottenere l'approvazione di Mobil in tali decisioni e dunque a svelare a quest'ultima una grossa mole di informazioni assai sensibili sul piano della concorrenza, fra cui cessioni di raffinerie, *joint venture* riguardanti raffinerie, prestazioni nel comparto combustibili (previsioni, margini di raffinazione, margini di vendita al dettaglio, piani di miglie, volumi di vendita al dettaglio), strategia commerciale per le attività nel ramo combustibili (pressioni concorrenziali, posizione concorrenziale, crescita, livelli di produttività) e piano operativo nel ramo combustibili (contesto operativo, sviluppo degli affari, entrate, uscite, previsioni di cassa, cessioni di stazioni di servizio e obiettivi strategici a più lungo termine). In sintesi, i poteri conferiti a Mobil nell'ambito della *joint venture* costituita con BP sono tali da permettere a Mobil, e dunque all'entità nata dalla fusione, di esercitare un'influenza decisiva sul comportamento concorrenziale della *joint venture*, incluse le attività nel ramo combustibili gestite da BP.
452. Le parti, tuttavia, sostengono che, alla luce delle circostanze eccezionali esistenti nel presente caso, BP/Mobil e Exxon/Mobil devono essere considerate due imprese indipendenti in grado di competere fra di loro. Questa asserzione è basata, in particolare, sul fatto che i) BP ha la responsabilità operativa delle attività nel ramo combustibili, ii) BP è la società controllante "primaria" della *joint venture* che dunque può opporsi e resistere all'interferenza di Exxon/Mobil nelle decisioni in materia di concorrenza da adottare all'interno dell'impresa. Anche qualora si accettasse tale tesi, occorrerebbe tenere conto della partecipazione rilevante di un'impresa nel capitale dell'altra. Sotto questo profilo, va osservato che un legame di questo tipo, indipendentemente da come lo si qualifica dal punto di vista formale, riduce ampiamente gli stimoli a competere delle due imprese interessate. È

sicuramente un principio assodato dell'economia anti-trust imperante il fatto che, in genere, l'esistenza di legami fra due imprese concorrenti sotto forma di una partecipazione significativa di un'impresa nel capitale dell'altra può alterare i loro stimoli a competere. In primo luogo un legame di siffatta natura crea il forte interesse finanziario di un'impresa per la solidità dell'impresa concorrente. Ciò può automaticamente modificare le dinamiche del gioco della concorrenza, in quanto un'impresa sarà interessata non tanto a competere con l'altra quanto a trovare una strategia commerciale comune che sia proficua per entrambe. Inoltre tale legame può garantire l'accesso a dati sensibili sotto il profilo commerciale. A sua volta ciò rende più trasparente il comportamento concorrenziale di ciascuna impresa nei confronti dell'altra rendendolo così più facilmente prevedibile e controllabile. L'aspetto forse più importante è il fatto che un legame di siffatta natura può mettere una delle imprese nella posizione di influenzare le scelte strategiche del concorrente orientandole verso decisioni che siano in linea con l'interesse comune. Infine questo tipo di legame ha un effetto disciplinare, in quanto può esporre una delle due imprese a possibili ritorsioni da parte dell'altra in caso di disaccordo. Tutti questi fattori possono spingere le imprese in questione a realizzare la convergenza delle loro politiche commerciali. Si noti che il comportamento sopra descritto è assolutamente razionale per ognuna delle imprese in questione, poiché è basato su un'ottica di massimizzazione degli utili.

453. Il caso in oggetto dovrebbe dunque essere valutato sulla base del complesso dei suddetti elementi. Data l'influenza esercitata da Mobil (e, dopo la concentrazione, da Exxon/Mobil) sul comportamento concorrenziale della *joint venture*, così come la presenza, nel caso in oggetto, di una serie di caratteristiche strutturali tipiche di un mercato che può dare luogo ad un oligopolio, i rapporti fra Exxon/Mobil e BP/Mobil possono, in ultima analisi, essere valutati nel quadro della valutazione sull'esistenza di una posizione dominante collettiva. In sintesi, la valutazione del presente caso sotto il profilo della concorrenza rimarrebbe invariata.
454. Nella loro risposta alla decisione della Commissione di avviare la seconda fase della procedura, e nella risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti sollevano due obiezioni aggiuntive nei confronti del ragionamento sopra descritto.
455. In primo luogo le parti sostengono che Exxon/Mobil non può modificare il proprio comportamento concorrenziale unicamente a beneficio di BP/Mobil perché anche altri concorrenti trarrebbero vantaggio da un indebolimento della forza concorrenziale di Exxon/Mobil. In particolare le parti affermano che gli interessi diretti di Exxon/Mobil attraverso la rete Exxon sono maggiori degli interessi indiretti detenuti attraverso la partecipazione del 30% in BP/Mobil. Di conseguenza Exxon/Mobil avrebbe interesse a massimizzare i suoi utili, anziché quelli della *joint venture* BP/Mobil. A maggior ragione, proseguono le parti, BP non sarebbe affatto stimolata a modificare la sua strategia concorrenziale a favore di Exxon/Mobil, in quanto non possiede nessuna partecipazione in quest'ultima. A questo proposito occorre osservare che l'allineamento delle strategie concorrenziali di Exxon/Mobil e di BP/Mobil che può derivare dalla concentrazione sarebbe volto a massimizzare gli utili di entrambe le entità sul mercato. Questa convergenza di strategie è un comportamento razionale adottato da ciascuna impresa nel suo stesso interesse. Quanto alla possibilità che gli altri concorrenti traggano vantaggio dall'“indebolimento” della competizione fra Exxon/Mobil e BP/Mobil, la Commissione ritiene che, date le caratteristiche oligopolistiche dei mercati in

questione (si veda in appresso), l'allineamento delle strategie concorrenziali delle due entità possa causare una riduzione della concorrenza che sarebbe nociva per i consumatori senza peraltro scatenare alcuna reazione concorrenziale da parte degli altri operatori.

456. In secondo luogo le parti sostengono che l'approccio della Commissione sia in contrasto con la recente giurisprudenza comunitaria. In particolare le parti fanno riferimento alla sentenza Gencor/Lonrho del 25 marzo 1999<sup>58</sup>, in cui il Tribunale di primo grado ha concluso che una società in cui una delle parti partecipanti alla concentrazione deteneva una quota di partecipazione del 27% era comunque un concorrente significativo del suo proprietario di minoranza. Secondo le parti la situazione pre-concentrazione nel caso Gencor è strutturalmente molto simile al contesto post-concentrazione che vede coinvolte Exxon, BP e BP/Mobil nel settore dei combustibili. A seguito della concentrazione, la nuova entità Exxon/Mobil avrà una propria attività nel ramo combustibili pur conservando una partecipazione di minoranza in un'impresa concorrente, BP/Mobil.
457. In risposta all'argomentazione delle parti, occorre notare che il presente caso si differenzia nettamente dal caso Gencor sotto due aspetti specifici. In primo luogo in base a una valutazione completa degli elementi fattuali implicati nei due casi, è evidente che la situazione pre-concentrazione nel caso Gencor non può essere in alcun modo paragonata alla situazione post-concentrazione nel caso Exxon/Mobil. Come è chiaramente stabilito nella sentenza, Gencor non aveva alcuna influenza non soltanto sulla gestione quotidiana di Lonrho ma nemmeno sulla commercializzazione e sulla vendita della produzione di platino di Lonrho. In sintesi, il gruppo Gencor non esercitava alcuna influenza sulle strategie concorrenziali di LPD (si veda il paragrafo 176 della sentenza). Viceversa, come già indicato sopra, nel quadro degli accordi in base ai quali è stata costituita la *joint venture* BP/Mobil, Mobil conserva una profonda e notevole influenza su tutte le decisioni pertinenti in materia di concorrenza che riguardano le attività di BP/Mobil nel ramo combustibili. A tale riguardo basta ricordare che qualsiasi decisione importante relativa alla politica dei prezzi della *joint venture* è soggetta all'approvazione di Mobil.
458. La seconda osservazione, forse più importante, è che il paragone citato dalle parti non tiene conto della differenza fra una situazione pre-concentrazione e una situazione post-concentrazione. Nel caso Gencor si trattava di stabilire se la situazione concorrenziale sarebbe mutata in seguito all'operazione di fusione fra Gencor e Lonrho. A tale riguardo la Commissione (e il Tribunale di primo grado) si è basata su una valutazione *ex post* del comportamento concorrenziale delle due imprese e ha concluso che, malgrado la quota di minoranza detenuta da Gencor nelle attività di produzione di platino di Lonrho, le due imprese erano in competizione fra loro prima della concentrazione. A questo proposito sia la Commissione sia il Tribunale sottolineano chiaramente che “*LDP e Implats, conservando dipartimenti marketing separati, erano in competizione fra loro prima della concentrazione e (...) che nell'ultimo decennio LDP era stata, insieme alla Russia, il principale elemento di concorrenza sul mercato*” (cfr. paragrafi da 174 a 176 della decisione e paragrafo 177 della sentenza). Viceversa i rapporti post-concentrazione fra Exxon/Mobil e la *joint venture* BP/Mobil sono una questione futura da valutare nell'ambito di un'analisi

---

58. Caso T-102/96, Gencor contro Commissione, non ancora pubblicato.

*ex ante*. Di conseguenza, conformemente all'approccio che deve essere seguito nel contesto della revisione del controllo sulle operazioni di concentrazione, la Commissione deve considerare l'ipotesi peggiore a fini antitrust, ovvero l'allineamento delle strategie concorrenziali di Exxon/Mobil e BP/Mobil conseguente al controllo comune assunto su quest'ultima da Exxon/Mobil.

#### La partecipazione di Mobil in Aral

459. Nel valutare l'impatto dell'operazione sulla concorrenza nel settore della vendita al dettaglio di carburanti, occorre tenere conto anche dei legami significativi esistenti fra Mobil e Aral. Aral è il principale operatore tedesco nel settore della vendita al dettaglio di benzina per autotrazione ed è attiva anche in Austria e in Lussemburgo. Mobil detiene una partecipazione del 28% in Aral, mentre gli altri azionisti sono Veba (56%), Wintershall (15%) e una serie di produttori di benzene che detengono ciascuno una quota dell'1%. Ognuno dei tre principali azionisti detiene il [...] % dei diritti di voto. Secondo le parti, Mobil non esercita il controllo comune su Aral ai sensi del regolamento sulle concentrazioni. [...]\*
460. Si può tuttavia sostenere, sulla base delle seguenti considerazioni, che Mobil, Veba e Wintershall hanno il controllo congiunto di fatto su Aral: [...]\*
461. In ogni caso tale questione può essere lasciata aperta in quanto, indipendentemente dalla questione del controllo, è indubbio che Mobil abbia una partecipazione assai rilevante in Aral e dunque un forte interesse finanziario nella solidità di quest'ultima. Attraverso questa partecipazione, inoltre, Mobil può esercitare un'influenza rilevante sulla politica commerciale di Aral. Mobil ha gli stessi diritti di voto degli altri principali azionisti e nomina lo stesso numero di membri al consiglio di vigilanza, che a sua volta nomina il consiglio di amministrazione. Infine Mobil ha accesso ad una grossa mole di informazioni strategiche che sono scambiate con gli organi decisionali di Aral. È dunque chiaro che, per via di questo legame, probabilmente Mobil sarà meno stimolata a competere con Aral e viceversa. Data la partecipazione rilevante di Mobil nel capitale di Aral, la concorrenza fra i due operatori sembra essere seriamente indebolita.

#### Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione

462. Considerando i mercati a livello nazionale, la tabella che segue riporta le quote di mercato delle parti e dei loro concorrenti nei paesi in cui la quota di mercato congiunta detenuta a seguito della concentrazione è superiore al 15%.
463. Posizioni sul mercato della vendita al dettaglio di carburanti

1997	AUS	GER	FR Autostrade	LUSS	P. BASSI	UK
Exxon	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
BP/Mobil	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*
Ex/BP/M	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*	[30-40]*	[30-40]*
Shell	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*
Aral	[0-10]*	[10-20]*		[10-20]*		



Altri	[20-30]* OMV	[0-10]* DEA	[30-40]* TotalFina [20-30]* Elf	[10-20]* TotalFina	[10-20]* Texaco [0-10]* TotalFina	[0-10]* TotalFina
Ipermercati		[0-10]* (aggr.)				[0-10]* Tesco [20-30]* (aggr.)

*Cifre fornite dalle parti*

464. In termini percentuali, la posizione sui singoli mercati nazionali è leggermente diversa da un paese all'altro. In generale, si osserva che l'entità nata dalla fusione diventerebbe leader di mercato nella maggioranza di questi paesi. Le quote di mercato combinate di Exxon, BP/Mobil e Aral andrebbero da un minimo del [20-30]\*% (autostrade francesi) ad un massimo del [30-40]\*% circa (sia in Germania sia nel Regno Unito). Tuttavia la presenza, in tutti questi paesi, di alcuni forti concorrenti (grosse multinazionali o importanti operatori nazionali) con quote di mercato intorno al 15-20% o superiori escluderebbe la possibilità che la nuova entità riesca ad occupare una posizione dominante individuale.
465. È opportuno, semmai, valutare la possibilità che sia costituita o rafforzata una posizione dominante congiunta, date in particolare le caratteristiche strutturali dei mercati in questione. A tale riguardo, i mercati della vendita al dettaglio di carburanti presentano in genere tutte le caratteristiche normalmente considerate necessarie perché sia costituita una posizione dominante collettiva. Tali caratteristiche sono le seguenti:

#### *Concentrazione dell'offerta*

466. La concentrazione del mercato sul versante dell'offerta è la prima condizione preliminare per la costituzione di un oligopolio. Un oligopolio è un mercato caratterizzato dalla presenza di un ristretto numero di grossi fornitori le cui azioni competitive sono interdipendenti. I mercati della vendita al dettaglio di carburanti, considerati a livello nazionali, sono generalmente concentrati, con la presenza di pochi fornitori (da tre a cinque) che coprono i due terzi circa di ciascun mercato nazionale. Le parti sostengono che i mercati presi in considerazione dalla Commissione non sono sufficientemente concentrati. In particolare nelle sue precedenti decisioni la Commissione ha in genere ritenuto suscettibile di generare preoccupazioni in ordine a eventuali oligopoli un grado di concentrazione di gran lunga superiore. Tale questione sarà approfondita nelle sezioni dedicate ai singoli mercati nazionali. In termini generali, occorre osservare che maggiore è il numero di imprese che partecipano ad un oligopolio, più alto è il rischio di defezioni al suo interno. Tuttavia l'economia antitrust standard suggerisce che un oligopolio può sussistere anche in mercati meno concentrati. È quanto accade quando la trasparenza del mercato in termini di prezzi è tale che può facilmente costituirsi un controllo reciproco anche fra numerosi operatori presenti sul mercato.

#### *Omogeneità dei prodotti*

467. Un elevato livello di omogeneità semplifica il tacito coordinamento delle politiche dei prezzi. In assenza di altre caratteristiche che possano differenziare un fornitore

dall'altro, la concorrenza in un mercato contrassegnato dall'omogeneità dei prodotti tenderà quindi a concentrarsi sui prezzi. Nel caso in oggetto il carburante per autotrazione è sicuramente un prodotto di base e la possibilità di differenziare o personalizzare il prodotto è assai limitata. È probabilmente uno dei pochi prodotti primari per i quali i clienti (automobilisti) non sono in grado di indicare alcuna differenza, a livello di caratteristiche e prestazioni, fra due marche diverse. Il carburante per autotrazione è un articolo fungibile, a tal punto che i raffinatori ricorrono sistematicamente alla pratica degli accordi di scambio per approvvigionare le loro stazioni di servizio.

468. Nella loro risposta alla decisione della Commissione di aprire la seconda fase della procedura, le parti sostengono che la vendita al dettaglio di carburanti è caratterizzata da un'intensa concorrenza a livello di offerta totale al consumatore. In particolare, a parte il prezzo, il consumatore terrebbe conto di altri fattori quali la comodità di ubicazione, la gamma di prodotti aggiuntivi offerti nel punto vendita, la disponibilità di altri servizi (autolavaggio) oppure l'offerta di elementi che hanno valore per il cliente, quali promozioni o programmi di fidelizzazione. Di conseguenza, così sostengono le parti, poiché esistono notevoli differenze fra le offerte complessive dei vari concorrenti non sussisterebbe una grande omogeneità.
469. Tali considerazioni non sembrano essere suffragate dalle prove raccolte nel corso dell'indagine. Per quanto riguarda l'identità del marchio e la differenziazione dei prodotti, l'indagine ha confermato che tali fattori non svolgono un ruolo significativo nel determinare le preferenze dei clienti. La stragrande maggioranza dei gestori di stazioni di servizio interrogati dalla Commissione ha indicato che l'identità del marchio ha un'importanza minima nella vendita al dettaglio di carburante. I dettaglianti di carburante hanno ammesso di aver tentato di creare un'immagine di marca, in particolare attraverso campagne di marketing e programmi di fidelizzazione. Tuttavia si può osservare, in generale, che la politica delle multinazionali petrolifere volta a creare un'immagine di marca nel settore della vendita al dettaglio di carburanti non si è rivelata molto efficace. A titolo di eccezione, soltanto nei Paesi Bassi, e in minore misura in Germania, i dettaglianti di carburante sono riusciti a creare una certa immagine di marca attraverso programmi di fidelizzazione. La questione sarà ulteriormente trattata nelle sezioni dedicate ai Paesi Bassi e alla Germania.
470. Quanto alle “offerte aggiuntive” indicate dalle parti, non sono state fornite prove da cui risulti che tali fattori abbiano in qualche modo contribuito a condizionare le preferenze degli automobilisti. Neanche gli operatori del settore hanno suffragato questa tesi nelle risposte fornite.
471. In realtà dalle prove raccolte dalla Commissione emerge che la scelta degli automobilisti che acquistano il carburante è guidata da due parametri fondamentali, ovvero la comodità della stazione di servizio e il prezzo. Inoltre i risultati di un'indagine forniti dalle parti mostrano chiaramente che la maggioranza dei consumatori nei paesi sviluppati non scorge alcuna differenza significativa fra le varie marche di carburanti a livello di qualità del prodotto. Al contrario la stragrande maggioranza di loro sceglie una stazione di servizio perché comoda da raggiungere e perché il prezzo è conveniente.

472. In base a questa indagine, la comodità di ubicazione della stazione di servizio è il principale motivo di acquisto del carburante. Tuttavia, contrariamente a quanto sostengono le parti, tale fattore è pertinente soltanto allo scopo di definire l'ambito geografico del mercato. A tale riguardo, come è stato riconosciuto nella sezione dedicata alla definizione del mercato, la necessità dell'automobilista di acquistare il carburante nella stazione più vicina determina le dinamiche della concorrenza nel comparto della vendita al dettaglio di carburanti. Viceversa tale fattore non può in alcun modo essere considerato un elemento di differenziazione della natura dei prodotti in questione.

*Scarsa innovazione tecnologica*

473. La scarsa innovazione tecnologica è un'altra caratteristica tipica di un mercato che conduce alla creazione di un oligopolio ed è direttamente correlata al problema dell'omogeneità. Senza innovazione i concorrenti non hanno altra scelta se non quella di competere a livello di prezzi. Inoltre, proprio per la scarsa innovazione tecnologica, la natura della concorrenza (e l'omogeneità dei prodotti) non subirà mutamenti sostanziali nel futuro prossimo. La vendita al dettaglio di carburanti è caratterizzata da una scarsa innovazione tecnologica. Lo sviluppo tecnologico è frutto di cambiamenti gradualmente e piuttosto lenti apportati ai procedimenti produttivi e ai prodotti, e non tanto di cambiamenti repentini e rivoluzionari.

*Trasparenza del mercato*

474. Anche la trasparenza del mercato è una delle condizioni basilari tipiche dei mercati che conducono alla costituzione di un oligopolio. In primo luogo tale trasparenza consente agli operatori di convergere su un determinato prezzo senza la necessità di un coordinamento esplicito. Analogamente è prevedibile che la trasparenza nei prezzi condurrà ad un parallelismo di prezzi fra le imprese presenti sul mercato. In secondo luogo queste imprese hanno la possibilità di sorvegliare ciascuna il comportamento dell'altra in modo, fra l'altro, da verificare che nessuna di loro pratici prezzi non allineati. Il mercato in questione è caratterizzato da una totale trasparenza, in quanto è un mercato al dettaglio in cui i prezzi alla pompa sono pubblici. In effetti, le informazioni sui prezzi sono immediatamente accessibili non soltanto a livello di marketing ma a tutti i livelli del commercio. Ad esempio i prezzi dei carburanti venduti da raffineria sono pubblicati quotidianamente da società rinomate quali Platt's e Petroleum Argus. La trasparenza nei prezzi esiste anche per quanto riguarda il greggio. In sintesi, le informazioni sui prezzi sono disponibili a tutti i livelli del settore, fino allo stadio della commercializzazione. È altresì opportuno notare che la trasparenza del mercato è una condizione essenziale perché un oligopolio funzioni. Nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti la trasparenza è tale da rendere impossibile qualsiasi forma di defezione da parte degli operatori presenti sul mercato. Infine il mercato della vendita al dettaglio di carburanti è trasparente anche in termini di quantità vendute. A tale riguardo basti ricordare che la maggioranza degli operatori del settore risulta essere bene informata in merito alle vendite realizzate dalla concorrenza per via dell'intenso scambio di informazioni a livello di associazioni industriali. In questo comparto, inoltre, esistono varie fonti di dati statistici pubblicati.

### *Crescita modesta del mercato*

475. Nei mercati in cui la domanda è stagnante o fa registrare soltanto una modesta crescita, la concorrenza sul mercato non è incoraggiata per due motivi. In primo luogo le imprese già insediate non sono stimolate a competere per un incremento della domanda. Un eventuale aumento della quota di mercato può essere raggiunto soltanto a spese dei concorrenti e può provocare una guerra dei prezzi che sarebbe dannosa per tutti. In secondo luogo un basso tasso di crescita della domanda non invoglia le altre imprese ad entrare nel mercato. Nel caso in oggetto, come ammettono le parti, la domanda di carburanti in Europa è piuttosto stagnante. Più specificamente il mercato della benzina per autotrazione è fiacco mentre la crescita è stata assorbita soprattutto dal diesel. La domanda di carburanti nel SEE è cresciuta ad un tasso medio annuo dello 0,4% negli ultimi cinque anni.

### *Simmetria dei costi*

476. La posizione dominante oligopolistica ha maggiori probabilità di essere sostenibile se i membri dell'oligopolio hanno strutture dei costi simili. In primo luogo strutture dei costi analoghe creeranno, di norma, incentivi simili in una determinata situazione di mercato. In secondo luogo strutture dei costi analoghe aumentano il rischio di ritorsioni, nel senso che un fornitore saprà che i suoi concorrenti possono reagire alle sue azioni competitive su un piano di parità. Nel caso in oggetto, un'analisi delle strutture dei costi dei rivenditori di carburanti sarà condotta per ciascun paese prendendo a riferimento la vendita al dettaglio di carburanti come attività a se stante.

### *Simmetria delle quote di mercato*

477. La simmetria delle quote di mercato fra i concorrenti è considerata un ulteriore fattore che, in genere, facilita un comportamento parallelo anticoncorrenziale. Ciò è dovuto principalmente al fatto che questo tipo di simmetria può riflettere la simmetria dei costi fra le imprese. Poiché i costi influenzano pesantemente la politica dei prezzi di un'impresa, le simmetrie sopra descritte facilitano il coordinamento dei prezzi. In alcuni dei mercati nazionali presi in esame dalla Commissione e descritti in appresso le quote di mercato sono distribuite in maniera non uniforme fra i vari operatori. Tale fattore, tuttavia, non deve essere considerato tale da precludere di per sé la possibilità che si configuri una posizione dominante oligopolistica. Infatti, sebbene la simmetria delle quote di mercato offra ulteriori stimoli ad adottare un comportamento parallelo, essa non può essere considerata una condizione preliminare per l'esistenza di tale comportamento parallelo. Ad esempio anche in presenza di quote di mercato asimmetriche può sussistere una simmetria dei costi. Lo si constata nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti, in cui le maggiori economie di scala sono raggiunte a livello di stazione di servizio. Analogamente i membri dell'oligopolio potrebbero ritenere di avere una *quota equa* del mercato e che tutti i concorrenti siano su un "piano di parità" e abbiano una forza comparabile sul mercato. Pertanto essi avrebbero poco da guadagnare e molto da perdere dalla messa in atto di azioni competitive aggressive. È esattamente quanto accade nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti, in cui praticamente tutti i membri del presunto oligopolio sono operatori integrati verticalmente, attivi in tutto il mondo e dotati di capacità finanziarie che vanno ben oltre la posizione detenuta a livello di commercio al dettaglio su uno specifico mercato nazionale. In sintesi, per questi operatori la simmetria delle quote del mercato nazionale probabilmente non svolge un ruolo

determinante. A tale riguardo, vale la pena di osservare che tutti i dettaglianti integrati verticalmente hanno creato un sistema di compensazione volto a rimediare alle perdite finanziarie che le reti di vendita al dettaglio potrebbero subire quando siano esposte ad un'intensa concorrenza a livello di prezzi. Alla luce di quanto sopra, si sostiene che l'asimmetria delle quote di mercato prevalente in alcuni paesi presi in esame dalla Commissione ai fini della valutazione dell'oligopolio non è pertinente nel presente caso.

#### *Integrazione verticale*

478. In genere livelli simili di integrazione verticale fra i membri di un oligopolio rendono le imprese più inclini a porre in atto un comportamento parallelo e aumentano le probabilità che tale comportamento sia attuato stabilmente. Ciò deriva in primo luogo dal fatto che l'integrazione può conferire agli operatori integrati, rispetto agli operatori non integrati, vantaggi sul piano dei costi e favorire una simmetria a livello di costi. Ma soprattutto gli interessi strategici fra imprese con uno stesso grado di integrazione tendono a coincidere ad ogni livello commerciale. Infatti i mutamenti delle condizioni del mercato incideranno allo stesso modo sulle imprese integrate, spingendole a reagire in maniera simile. Di conseguenza in questi mercati è prevedibile una maggiore stabilità in termini di comportamento parallelo. Nel caso in questione, l'industria petrolifera è caratterizzata dalla presenza di grosse società integrate verticalmente. Sul fronte delle conseguenze di tale integrazione sull'attività di vendita al dettaglio di carburanti, l'integrazione comporta alcuni vantaggi per le imprese integrate, fra cui la sicurezza degli approvvigionamenti e, a lungo termine, una maggiore capacità di fare fronte alle mutevoli condizioni del mercato. Inoltre è assodato che l'integrazione verticale determina una comunanza di interessi fra le imprese integrate che investe tutti i comparti del settore. Pertanto tale integrazione aumenta drasticamente le prospettive di stabilità del comportamento parallelo facendo coincidere gli interessi delle "major petrolifere".

#### *Rigidità della domanda*

479. In termini generali, se la domanda è anelastica in rapporto al prezzo, esiste un maggiore stimolo a mettere in atto un comportamento parallelo. Poiché i volumi totali della domanda non diminuiranno in modo significativo in caso di aumenti di prezzo, gli operatori sono fortemente stimolati ad adottare politiche di prezzi superiori al livello concorrenziale. Sul mercato della vendita al dettaglio di carburanti la domanda è rigida in quanto non esistono reali sostituti di tale prodotto. Varie indagini dimostrano che, nel caso di un rialzo dei prezzi, il consumo medio di carburanti a lungo termine rimane stabile. Ciò è dovuto anche alla natura parzialmente vincolata della domanda.

#### *Legami strutturali*

480. In genere la probabilità che sia posto in atto un comportamento oligopolistico aumenta se esistono legami strutturali fra i membri dell'oligopolio. Ciò si spiega soprattutto con il fatto che i legami strutturali inducono gli operatori presenti sul mercato a tutelare la solidità dei loro partner e mettono ciascuno a conoscenza della strategia, della struttura dei costi e dei piani dell'altro. Tali legami possono ridurre il vigore competitivo dei membri dell'oligopolio, oppure possono costituire potenziali strumenti di ritorsione e, a seconda delle circostanze, potrebbero anche determinare

un certo interesse commerciale comune nel mercato in questione. Le attività petrolifere a valle sono caratterizzate dall'esistenza di vari legami fra i principali operatori, sotto forma di legami societari (ad esempio la *joint venture* BP/Mobil e la partecipazione di Mobil in Aral-Germania) o sotto forma di rapporti di natura non societaria o altri rapporti commerciali (ad esempio accordi di scambio nel ramo combustibili).

*Ostacoli all'entrata – Assenza di potenziale concorrenza*

481. Un oligopolio può essere più efficace in presenza di grossi ostacoli all'entrata. Questi ostacoli possono rendere difficile la concorrenza su un dato mercato e rendere immune tale mercato dalle pressioni concorrenziali di potenziali concorrenti. Il mercato della vendita al dettaglio di carburanti e, più in generale, l'intera industria petrolifera sono caratterizzati da significativi ostacoli all'entrata. Negli ultimi anni l'integrazione verticale si è rivelata un ostacolo non insormontabile, come dimostra chiaramente il fatto che alcuni dettaglianti non integrati sono riusciti ad imporsi sui mercati. Tuttavia altri ostacoli significativi rendono improbabile l'entrata di nuovi operatori nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti.
482. In primo luogo per competere efficacemente sul mercato è indispensabile ottenere una massa critica di stazioni di servizio con un elevato volume di erogazione medio. Ciò richiede a sua volta ingenti investimenti, dovuti in parte ai costi da sostenere per conformarsi alle normative in materia ambientale (le parti calcolano che il costo di apertura di un nuovo impianto sia di EUR [...]\*) e anche alla disponibilità di punti vendita adeguati. Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, in molti paesi le licenze di costruzione di nuovi impianti sono difficili da ottenere a causa della saturazione del mercato. Ciò vale sicuramente per tutti i paesi interessati dall'operazione in oggetto. Mentre si può sostenere che in futuro potrebbero sopraggiungere nuovi operatori grazie alla riapertura di impianti che sono stati chiusi negli ultimi anni, si tratta generalmente di impianti più piccoli e di scarso interesse. Inoltre per via della normativa ambientale la riapertura di un vecchio impianto è quasi altrettanto difficile e costosa della costruzione di un impianto *ex novo*.
483. Infatti gli unici nuovi operatori che siano riusciti a stabilirsi in modo significativo in alcuni Stati membri negli ultimi anni sono stati gli ipermercati, grazie alla compresenza di particolari condizioni, ovvero ( i) disponibilità di forniture competitive; ii) vaste infrastrutture terminali e di distribuzione; iii) acquisti centralizzati; iv) accesso a immobili a uso commerciale comodi da raggiungere; v) relativa facilità di ottenimento delle licenze; vi) costi bassi rispetto ai concorrenti tradizionali e, in minor misura, alcuni dettaglianti “*low cost*” in grado di istituire una rete adeguata in termini di numero di stazioni e di volume di erogazione medio (Save nel Regno Unito o Jet Conoco in Germania).
484. Dall'altro lato molti Stati membri hanno registrato una fortissima tendenza alle concentrazioni dovuta ad un calo generale dei margini, che ha costretto numerosi piccoli dettaglianti indipendenti ad uscire dal mercato. Questa è una caratteristica comune a tutti i mercati esaminati in appresso. In questo contesto, contrariamente a quanto sostenuto dalle parti, è improbabile che in futuro le “piccole” imprese possano accedere al mercato della vendita al dettaglio di carburanti su piccola scala.

485. In definitiva l'unica reale fonte di potenziale concorrenza nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti è costituita dagli ipermercati che, in alcuni paesi, hanno conseguito brillanti risultati in termini di incremento delle vendite (in Francia in meno di 20 anni gli ipermercati hanno acquisito oltre il 50% del mercato). Tuttavia il fatto che questi operatori siano del tutto assenti o siano presenti in misura limitata in paesi quali i Paesi Bassi, il Lussemburgo e l'Austria potrebbe indicare l'esistenza di alcuni ostacoli strutturali suscettibili di impedire, anche in futuro, qualsiasi sviluppo in tale direzione. In altri paesi in cui questi operatori sono già insediati (Regno Unito e Germania), il loro reale potenziale competitivo dovrebbe essere misurato tenendo in debito conto tutti i numerosi fattori che possono impedirne un'ulteriore crescita. Questo aspetto sarà esaminato nelle sezioni dedicate alla valutazione per singolo paese.

*Assenza di potere di acquisto*

486. La capacità dei membri dell'oligopolio di aumentare i prezzi può essere limitata dal contropotere di mercato dei clienti. Clienti forti e concentrati potrebbero impedire ai membri dell'oligopolio di praticare prezzi superiori al livello concorrenziale oppure fornire uno stimolo sufficiente per rinunciare alla collusione e competere sul mercato. Nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti il potere di acquisto è totalmente assente in quanto la domanda è rappresentata dagli automobilisti.

*Contatti multimercato*

487. I contatti multimercato possono contribuire a mantenere una posizione dominante di tipo oligopolistico, in quanto è possibile che estendano la portata di eventuali ritorsioni ad altri mercati. L'industria petrolifera è caratterizzata da imprese integrate verticalmente che sono attive a tutti i livelli del settore, dall'estrazione del greggio alla commercializzazione del carburante.

488. Con tali presupposti, che sono comuni a tutti mercati nazionali summenzionati, sarebbe necessario valutare se le specifiche condizioni di ciascun mercato nazionale siano tali da consentire ad un oligopolio di funzionare efficacemente a seguito dell'operazione di concentrazione in oggetto. La situazione prevalente in ciascun paese sarà illustrata dettagliatamente in appresso, con particolare attenzione al grado di concentrazione di ciascun mercato, alla pressione concorrenziale esercitata da operatori diversi dai presunti membri dell'oligopolio, al legame causale esistente fra l'operazione in questione e al rilevamento di una posizione dominante collettiva.

489. La tabella che segue mostra un confronto fra i prezzi dei carburanti praticati nei paesi interessati dall'operazione.

Prodotto: Benzina per autotrazione venduta al minuto - Prezzi alla pompa

Paese	Prezzo medio per tonnellata metrica (USD)					
	1996		1997		1998	
	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.
<b>Austria</b>	<b>1.438</b>	<b>491</b>	<b>1.288</b>	<b>457</b>	<b>1.193</b>	<b>390</b>
<b>Belgio</b>	<b>1.500</b>	<b>398</b>	<b>1.389</b>	<b>370</b>	<b>1.312</b>	<b>313</b>

<b>Francia</b>	<b>1.524</b>	<b>285</b>	<b>1.384</b>	<b>278</b>	<b>1.391</b>	<b>266</b>
<b>Germania</b>	<b>1.400</b>	<b>354</b>	<b>1.222</b>	<b>334</b>	<b>1.174</b>	<b>279</b>
<b>Lussemburgo</b>	<b>1.148</b>	<b>401</b>	<b>1.028</b>	<b>383</b>	<b>936</b>	<b>321</b>
<b>Paesi Bassi</b>	<b>1.579</b>	<b>428</b>	<b>1.447</b>	<b>406</b>	<b>1.405</b>	<b>347</b>
<b>Regno Unito</b>	<b>1.271</b>	<b>270</b>	<b>1.397</b>	<b>300</b>	<b>1.487</b>	<b>271</b>

Prodotto: Diesel venduto al minuto - Prezzi alla pompa

Paese	Prezzo medio per tonnellata metrica (USD)					
	1996		1997		1998	
	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.
<b>Austria</b>	<b>1.014</b>	<b>407</b>	<b>900</b>	<b>369</b>	<b>820</b>	<b>314</b>
<b>Francia</b>	<b>937</b>	<b>255</b>	<b>856</b>	<b>239</b>	<b>854</b>	<b>220</b>
<b>Germania</b>	<b>955</b>	<b>334</b>	<b>822</b>	<b>294</b>	<b>762</b>	<b>234</b>
<b>Lussemburgo</b>	<b>832</b>	<b>333</b>	<b>739</b>	<b>305</b>	<b>659</b>	<b>247</b>
<b>Paesi Bassi</b>	<b>1.003</b>	<b>366</b>	<b>903</b>	<b>329</b>	<b>842</b>	<b>271</b>
<b>Regno Unito</b>	<b>1.044</b>	<b>249</b>	<b>1.194</b>	<b>266</b>	<b>1.278</b>	<b>228</b>



## AUSTRIA

### PANORAMICA GENERALE

#### *Raffinazione*

490. L'Austria conta un'unica raffineria, posseduta e gestita da OMV. Per tradizione oltre il 70% dei prodotti petroliferi proviene direttamente da raffinerie site in aree senza sbocchi sul mare. Le importazioni in Austria sono effettuate non da rivenditori indipendenti, bensì da società integrate. In Austria la capacità disponibile è sufficiente. Il greggio è acquistato da OMV e RAG e trasportato tramite oleodotto dal mare Adriatico fino a Vienna, dove è raffinato nella raffineria di Schwechat di OMV. Ne consegue che OMV svolge un ruolo di primo piano in Austria: possiede l'unica raffineria austriaca, è azionista di maggioranza dell'oleodotto Adria-Vienna e dell'impianto di stoccaggio Erdöl-Lagergesellschaft, è azionista di "Autobahn-Betriebsgesellschaft" e possiede un proprio oleodotto che collega Vienna a St.Valentin.
491. OMV ha concluso contratti di *production sharing* con Shell, Mobil, Esso e AGIP per l'utilizzo della sua raffineria. Queste società utilizzano nel loro insieme il 15% della raffineria. OMV conclude inoltre accordi di scambio con Conoco, Agip e Aral. Shell, Mobil, Esso e Agip sono azionisti di AWP, Erdöl-Lagergesellschaft (stoccaggio) e "Autobahn-Betriebsgesellschaft". Il "Paritätische Ausschuß für Kartellangelegenheiten" ha osservato che questa collaborazione fra le grandi compagnie petrolifere potrebbe configurarsi come cartello. Le *major* riforniscono reciprocamente le loro stazioni di servizio per risparmiare sui costi di trasporto.

#### *Infrastruttura*

492. Exxon segnala che varie compagnie di navigazione hanno di recente offerto il trasporto su chiatte da Rotterdam all'area di Vienna con tariffe di [...] DM/T per i distillati e [...] per la benzina per autotrazione, con una tariffa media ponderata in funzione del volume attorno a [...] DM/T. La tariffa di nolo da Rotterdam ad una tipica destinazione in Germania (area Reno/Meno) è di circa [...] DM/T. Il costo medio di fornitura per l'Austria è di circa [...] superiore a quello praticato in Germania. Questa tariffa più alta è determinata dalla maggiore distanza di trasporto, dai pedaggi per il transito lungo i canali, dall'eccessivo numero di chiuse da superare lungo il canale Reno/Danubio, che rallentano il viaggio, dal livello delle acque, più basso rispetto al Reno, e dal forte rischio di ritardi dovuti al basso livello del Danubio (i livelli del Danubio, infatti, non sono regolati mediante dighe).
493. Oltre agli impianti di stoccaggio controllati dalle *major*, esistono possibilità di stoccaggio in impianti indipendenti, ad esempio Tamoil a Linz, Roth Öl nello Steiermark e terminali di dimensioni minori che coprono la domanda regionale. Sebbene le parti non abbiano fornito cifre sulla capacità di questi impianti di stoccaggio alternativi, è stato indicato che le capacità non sono significative. In ogni caso i concorrenti hanno indicato che non vi è alcun rischio di preclusione dell'accesso alla capacità di stoccaggio, in quanto le *major* preferiscono noleggiare gli impianti anziché controllarli.

### ***Vendita all'ingrosso***

494. Nel 1997 il 27% del carburante e il 35% del diesel consumati erano di importazione. Le *major*, i *trader* e alcuni “*outsider*” importano i prodotti petroliferi tramite chiatta sul Danubio, oppure mediante trasporto ferroviario o stradale. Gli “*outsider*”, ovvero le cosiddette insegne di classe B (ovvero reti di vendita al dettaglio di dimensioni inferiori rispetto a quelle gestite da OMV, Aral o BP/Mobil, ad esempio Avia, Jet, Turmöl, Rühl, IQ, AWI, Roth, Hölzl, Champion, A1, e Eurol) importano il carburante o lo acquistano dalle *major* e dai grossisti e apparentemente possono scegliere l'offerta più conveniente e fissare i prezzi in modo indipendente. Exxon attinge il [...] \*% del suo fabbisogno da acquisti effettuati presso terzi. La parte rimanente proviene da trasferimenti da società affiliate o da accordi di trasformazione a termine nella raffineria di Schwechat di OVM. BP/Mobil acquista da terzi il [...] \*% dei volumi venduti. La quota rimanente è costituita da prodotti di raffinazione nazionali.

### ***Vendita al dettaglio***

495. In Austria i rivenditori di carburante sono stazioni a insegna, stazioni di servizio indipendenti (o stazioni libere) e pompe bianche. I supermercati non svolgono un ruolo di rilievo nella vendita di carburante e gestiscono soltanto un esiguo numero di stazioni.
496. Le principali reti a insegna sono quelle di OMV, Aral, BP/Mobil, Shell e Esso. Altre stazioni a insegna sono le insegne di classe B e le pompe bianche.
497. Il 64% delle stazioni di servizio reca un'insegna. Questi impianti sono gestiti da agenti attraverso un sistema in cui gli agenti sono vincolati a fissare i prezzi secondo le istruzioni delle *major*. È importante sottolineare che le *major* (OMV, Aral, BP/Mobil, Shell e Esso) sono azionisti di almeno il [...] \*% delle stazioni di servizio austriache.
498. Le stazioni libere (impianti a insegna di classe B) sono quelle di Avia, Jet, Turmöl, Rühl, IQ, AWI, Roth, Hölzl, Champion, A1, Eurol, ecc. Altri impianti a insegna di classe B sono parzialmente nelle mani delle *major*: Genol (29%OMV) e Avanti (50%Shell) hanno una rete sull'intero territorio austriaco. In Austria le pompe bianche non sono di proprietà di compagnie indipendenti bensì appartengono alle *major*, che preferiscono non apporre il loro marchio (OMV, ad esempio, possiede una rete di pompe bianche: Stroh-Tankstellen).
499. [...] \*.
500. Il settore delle stazioni di servizio in Austria è fortemente regolamentato. Prima del 16 settembre 1981 i prezzi dei carburanti erano regolati dal governo. I prezzi variavano soltanto su richiesta dei produttori di oli minerali nel caso in cui questi accusassero un aumento dei costi. Nel 1981 i prezzi di tutti i carburanti, ad eccezione del diesel, sono stati liberalizzati. Gli operatori presenti sul mercato sono OMV, Agip Austria AG, BP Austria AG, Mobil Oil Austria AG, Shell Austria AG e Aral Austria GmbH. A livello locale le *major* devono competere con le insegne di classe B (ad esempio Avanti, Jet, Turmöl) e con gli indipendenti. Per competere in queste aree le *major* hanno offerto alle loro stazioni di servizio prezzi inferiori (“concentrazione a livello di prezzi”). Nel 1990 era entrato in vigore un nuovo accordo (il cosiddetto “Branchenübereinkommen”), volto a rendere più obiettiva la determinazione dei

prezzi. Era stato istituito un sistema di informazioni di mercato per consentire di seguire l'andamento settimanale dei prezzi dei carburanti nazionali e internazionali. Questa operazione non ha avuto il successo sperato e così l'accordo è stato accantonato, come pure la regolamentazione del prezzo del diesel.

501. L'Austria impone inoltre elevati requisiti in materia ambientale che non sono comunque diversi da quelli previsti in Germania. I piccoli impianti non possono permettersi di conformarsi a questi elevati standard (secondo Exxon sarebbe questo il motivo principale per cui il mercato sarà ulteriormente razionalizzato). È previsto un sostegno finanziario agli impianti in via di chiusura. Tutti i costi menzionati sono analoghi in Germania.
502. L'Austria ha una rete di stazioni di servizio molto fitta (più che in Germania). Di conseguenza, il volume medio erogato per impianto è inferiore: 1 422 m<sup>3</sup> in Austria contro 3 170 m<sup>3</sup> in Germania. Il numero di stazioni di servizio è calato del 23% dal 1995 al 1997. Dal 1995 nessun nuovo operatore si è insediato sul mercato, ad eccezione di Jet-Conoco, che ha esteso la propria rete passando da 29 a 55 impianti.

#### IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA

##### *Struttura del mercato*

503. La tabella che segue mostra l'evoluzione delle quote di mercato in Austria negli ultimi quattro anni. Da questa tabella emerge che il mercato è stato finora dominato da tre società, OMV, BP/Mobil e Shell che, nel loro complesso, ne controllano il [50-60]\*%. Seguono Esso e Aral, ciascuna con una quota di mercato superiore al [0-10]\*%.

	1995	1996	1997	1998
OMV	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%
BP <sup>59</sup>	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
Shell	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
ESSO	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Aral	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
Altri impianti a insegna	[20-30]*%	[20-30]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
Altri	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%

504. Come spiegato sopra, gli altri operatori del mercato sono altre reti a insegna di dimensioni minori, i supermercati e le pompe bianche. In alcune delle reti a insegna,

---

59. La quota di Mobil è aggiunta a quella di BP dal 1997. La quota di Mobil prima della costituzione della *joint venture* non è disponibile.

che rappresentano il [30-40]\*% circa delle insegne di classe B, uno dei primi tre operatori detiene una partecipazione finanziaria. Secondo le parti notificanti, le quote di mercato dei supermercati sono rimaste stabili al 2% negli ultimi 5 anni e non sembrano destinate a variare in modo significativo in futuro. Analogamente le pompe bianche sono calate dall'8,4% all'8,0% nello stesso periodo. Le parti non prevedono un cambiamento significativo della struttura della concorrenza in Austria a breve termine. Il motivo sarebbe da ricercarsi nelle attuali condizioni restrittive di ottenimento delle licenze.

### ***Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi***

#### Costi

505. È assai improbabile che uno degli altri rivenditori a insegna possa esercitare una qualche pressione concorrenziale sui primi tre operatori presenti sul mercato. Nel corso dell'indagine di mercato, infatti, i concorrenti hanno indicato alla Commissione che se le *major* aumentassero i loro prezzi, gli indipendenti farebbero altrettanto. Gli indipendenti vogliono mantenere buoni rapporti con le *major* in quanto non sopravviverebbero ad una guerra dei prezzi o a una concorrenza esasperata. Ciò è dovuto in primo luogo alle partecipazioni finanziarie detenute da OMV, BP/Mobil o Shell in alcune di queste imprese indipendenti. In secondo luogo le basi dei costi di questi operatori sono più alte rispetto a quelle delle insegne di classe A. Effettivamente il volume medio da loro erogato nel 1998 è stato pari a 824 metri cubi circa, contro una media del settore di 1.422 e una media di 2.000 per i primi tre operatori. A questi bassi volumi di erogazione, i costi fissi sono ripartiti su un fatturato modesto e dunque rappresentano una quota sostanziale dei costi totali. Pertanto queste differenze nei volumi erogati determinano notevoli differenze sul piano dei costi. In terzo luogo i concorrenti di dimensioni minori dipendono, in misura significativa, dalle forniture all'ingrosso dei primi tre operatori che utilizzano, insieme ad Exxon, la produzione della raffineria di OMV.
506. Sulla base di quanto precede, sembrerebbe che le condizioni concorrenziali del mercato austriaco siano dettate da OMV, BP/Mobil, Shell, Esso e Aral. Dato l'esiguo numero di concorrenti effettivi e poiché le condizioni generali del mercato della vendita al dettaglio di carburanti conducono, per tradizione, ad un comportamento oligopolistico, vi sarebbero chiare indicazioni del fatto che il mercato austriaco potrebbe funzionare in condizioni di oligopolio o in condizioni molto simili ad un oligopolio.
507. In Austria sarebbe opportuno tenere conto del fatto che BP/Mobil e Aral hanno legami strutturali (si veda la sezione generale che precede) e che queste società hanno specifici accordi con la raffineria di Schwechat di OMV.

#### Prezzi

508. Un esame del livello e delle variazioni dei prezzi al dettaglio dei carburanti indica nettamente che il mercato è caratterizzato da un deficit concorrenziale.
509. Infatti i prezzi (tasse escluse) in Austria sono fra i più alti in Europa. I prezzi netti della benzina e del diesel erano rispettivamente del 33% e del 29% più alti di quelli praticati in Germania nel 1998. Inoltre il prezzo della benzina mostra una correlazione limitata con il prezzo del greggio o con le quotazioni Platt's riferite al

diesel o alla benzina. Lo studio Puwein citato dalle parti spiega che le variazioni mensili in Germania sono state del 50% più accentuate che in Austria e aggiunge che una variazione del 10% del prezzo del greggio provoca una variazione di prezzo del 3% in Austria e del 5% in Germania (tasse escluse).

510. Le parti hanno motivato i prezzi più alti praticati in Austria con una combinazione di fattori, ovvero costi logistici supplementari, un minore volume erogato e la presenza di restrizioni imposte alle stazioni di servizio. I costi logistici sarebbero costituiti da ulteriori costi di trasporto (rispetto alla Germania) pari a [...] USD e [...] USD attribuibili a costi di distribuzione supplementari originati dalla conformazione del terreno locale e dalla struttura della rete di distribuzione al dettaglio. Il minore volume erogato determinerebbe ulteriori costi unitari pari a [...] USD, che dovrebbero essere recuperati attraverso margini più elevati. Infine le restrizioni imposte ai punti vendita consisterebbero in un limite dimensionale (80 m<sup>2</sup> contro un impianto standard Exxon di [...] m<sup>2</sup>), nella necessità di ottenere una licenza speciale per la vendita di tabacchi ecc. Tutto ciò comporterebbe per il gestore un mancato utile pari a [...] USD. Le parti calcolano che queste tre voci di spesa ammontano a [...] USD e concludono che si spiega così il 90% della differenza fra i prezzi alla pompa austriaci e i prezzi alla pompa tedeschi.
511. La spiegazione secondo cui i mancati utili sarebbero dovuti alle restrizioni imposte ai punti vendita appare discutibile. In primo luogo le parti fanno riferimento ad una perdita di utili e non ad una perdita di margine, che dunque dovrebbe essere inferiore al mancato utile complessivo. In secondo luogo, quando è stato chiesto loro di fornire una stima dei margini supplementari generati dai *convenience store* (negozi di comodità) in Germania, le parti hanno evidenziato una voce contrassegnata come "margine di distribuzione lordo - altro" cui corrispondeva un importo di [...] USD/tonnellata per la Germania ([...]). Tuttavia alla stessa voce riferita all'Austria, si osserva un valore superiore, ovvero [...] USD/tonnellata.
512. In ogni caso, ipotizzando che questo importo di 85 USD/tonnellata si fondi su salde motivazioni, il [...] % di differenziale che non trova spiegazione sarebbe ancora intorno a [...] centesimi/litro. Dato che le parti stesse hanno calcolato che un margine sui *cash cost* di circa [...] centesimi/litro garantirebbe un rendimento del capitale investito accettabile, questo margine rappresenterebbe un aumento del [...] % del rendimento sugli investimenti. [...].

### ***Ostacoli all'entrata - Espansione – Potenziale concorrenza***

513. Exxon ha dichiarato, sia verbalmente nel corso di incontri con i servizi della Commissione sia nei suoi documenti interni, di non temere nessuna minaccia concorrenziale da parte dei supermercati in Austria. Tale osservazione è stata confermata dall'indagine condotta sul mercato.

### **IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE - IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA**

514. L'impatto dell'operazione deve essere valutato alla luce degli elementi di cui sopra, tenendo altresì conto degli aspetti evidenziati nella sezione dedicata alle

caratteristiche strutturali dei mercati della vendita al dettaglio di carburanti in generale.

515. La concentrazione fra Exxon e Mobil porterà alla creazione di forti legami fra le attività di BP/Mobil, Aral e Exxon nel comparto della vendita al dettaglio di carburanti in Austria. Di conseguenza Aral e Esso saranno notevolmente meno stimolate a contrastare il predominio di OMV, BP/Mobil e Shell. Infatti Aral e Esso sembravano essere le uniche reti in grado di esercitare pressioni concorrenziali sulle prime tre compagnie. In seguito all'operazione di concentrazione, l'oligopolio comporterebbe quote di mercato combinate del [70-80]\*% (incluso il controllo o la partecipazione in impianti a insegna non di classe A), mentre sarebbero lasciate ai margini imprese concorrenti molto piccole la cui base dei costi non permette di competere efficacemente. Inoltre queste piccole imprese concorrenti sarebbero, in una certa misura, soggette agli interessi finanziari di uno dei tre operatori principali e dipenderebbero inoltre dalle forniture di queste stesse compagnie. L'operazione avrebbe dunque per effetto di creare o rafforzare la posizione dominante collettiva di OMV, delle tre compagnie Exxon - BP/Mobil - Aral e di Shell sul mercato austriaco della vendita al dettaglio di carburanti.

## FRANCIA – AUTOSTRADE

### PANORAMICA GENERALE

516. Come illustrato in appresso, il contesto concorrenziale nel mercato della vendita al dettaglio di carburante sulle autostrade a pedaggio francesi è caratterizzato dalla presenza di un esiguo numero di operatori. L'offerta è molto concentrata e tutti gli operatori sono grandi compagnie petrolifere integrate verticalmente. Dato che non sembra emergere alcun problema a livello di preclusione dell'accesso al mercato della raffinazione e alla vendita all'ingrosso, tali aspetti non saranno ulteriormente trattati ai fini della presente valutazione.

***La stazione di servizio sull'autostrada a pedaggio costituisce un mercato del prodotto distinto***

517. L'operazione avrà un impatto assai rilevante sulle autostrade francesi. Come osservato sopra, le autostrade a pedaggio possono costituire mercati del prodotto separati per via delle loro specifiche caratteristiche. Inoltre la Francia è uno degli Stati membri in cui le autostrade sono per la maggior parte a pedaggio, nel senso che gli automobilisti pagano un pedaggio in base alla distanza percorsa in autostrada. Tale fattore scoraggia ulteriormente gli automobilisti a cercare una stazione di rifornimento fuori dall'autostrada. Inoltre sul versante dell'offerta l'isolamento del canale delle autostrade è legato all'esistenza di grossi ostacoli all'entrata (cfr. considerando 554-561 in appresso).

518. La tabella che segue mostra il differenziale fra i prezzi alla pompa negli impianti autostradali Exxon e i prezzi alla pompa medi praticati nelle stazioni di servizio della rete Exxon negli Stati membri interessati dall'operazione<sup>60</sup>.

Delta dei prezzi alla pompa sulle autostrade calcolato come % del prezzo medio praticato nelle stazioni della rete Exxon	Benzina (tasse incluse)	Diesel (tasse incluse)	Benzina (tasse escluse)	Diesel (tasse escluse)
[...]*				

519. Come si evince dalla tabella di cui sopra, la Francia è l'unico paese, fra quelli presi in esame ai fini del presente caso, in cui le differenze fra i prezzi al netto di imposte

---

60. Poiché non si dispone di dati dell'industria relativi ai prezzi medi alla pompa negli impianti autostradali, i prezzi alla pompa Exxon sulle autostrade sono utilizzati come un indice dei prezzi alla pompa medi nel settore. Analogamente le parti non sono state in grado di estrapolare dati riferibili unicamente alle autostrade a pedaggio. La Commissione ha dunque utilizzato i dati riferiti a tutte le autostrade come un indice per le autostrade a pedaggio.

sulle autostrade e i prezzi al netto di imposte fuori autostrada sono (nell'ordine del [...]\*)%). Si presume che ciò sia dovuto al fatto che in altri paesi le autostrade subiscono una pressione concorrenziale più intensa da parte degli impianti dislocati fuori dalle autostrade.

520. Le parti osservano che il mercato della vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade francesi non costituisce un mercato separato dal mercato della vendita al dettaglio di carburanti fuori dalle autostrade. Questa osservazione è stata formulata anche da altre compagnie petrolifere in risposta alla comunicazione degli addebiti emessa dalla Commissione nel corso del procedimento. Tutte queste società citano il fatto che, data la notevole capacità dei serbatoi delle moderne autovetture, gli automobilisti possono percorrere lunghe distanze e acquistare il carburante fuori dall'autostrada. Inoltre gli automobilisti francesi sono regolarmente informati, mediante appositi opuscoli, delle differenze di prezzo esistenti fra le stazioni di servizio site in autostrada e gli impianti fuori autostrada. Inoltre, secondo le parti e le altre compagnie petrolifere interessate, negli ultimi anni il consumo medio di carburante sulle autostrade francesi è diminuito, in particolare se si tiene conto dell'aumento medio del traffico.
521. Più specificamente, si sostiene che la domanda di carburante sulle autostrade francesi è notevolmente calata proprio per la pressione concorrenziale esercitata dalle stazioni fuori autostrada. Per suffragare la loro tesi, le parti citano un'indagine condotta dalla Union Française de l'Industrie du Pétrole nel 1992, nella quale un incremento dei volumi di vendita dei carburanti sulle autostrade in concessione pari a circa 410 milioni di litri è stato proiettato nei cinque anni successivi, tenendo anche conto dell'aumento del flusso del traffico e dell'estensione dell'infrastruttura autostradale. Da un'analisi *ex post* risulta che mentre l'aumento del flusso del traffico e l'estensione dell'infrastruttura autostradale si sono effettivamente verificati, le vendite di carburante sono calate di quasi 270 milioni di litri durante tale periodo. Da tale dato le parti concludono che si è verificata una migrazione di clienti dalle stazioni di servizio autostradali alle stazioni di servizio fuori autostrada.
522. Le prove fornite dalle parti sono per lo meno incomplete. Il calo delle vendite di carburante sulle autostrade, per un totale di 270 milioni di litri in cinque anni, considerato isolatamente non permette di trarre nessuna conclusione. In realtà per dimostrare che le vendite di carburante sulle autostrade sono calate a favore delle vendite fuori autostrada, le parti avrebbero dovuto confrontare in modo pertinente l'andamento del consumo in entrambe le reti. Le parti, invece, non hanno mai effettuato una valutazione di questo tipo ma soprattutto non tengono presente che anche sulle stazioni situate fuori autostrada, come è logico, è possibile che si sia verificato un incremento del traffico e un'espansione dell'infrastruttura stradale.
523. Ad ogni modo un opportuno confronto fra la domanda di carburante nelle stazioni autostradali e la domanda nelle stazioni di servizio fuori dall'autostrada mostra che l'andamento del consumo in queste due reti è molto simile. La tabella che segue mostra il volume totale di vendita di carburante sulle autostrade francesi negli ultimi cinque anni e il volume totale di vendita di carburante sul mercato francese nel suo complesso. Non si è tenuto conto dell'incremento del traffico e dell'espansione dell'infrastruttura stradale.

FRANCIA

1994

1995

1996

1997

1998



**VOLUME DI VENDITA STIMATO  
SULLE AUTOSTRADALE**

Benzina	Kt	908	852	799	788	781
Diesel per autotrazione	Kt	<u>1449</u>	<u>1519</u>	<u>1509</u>	<u>1587</u>	<u>1684</u>
		2357	2371	2308	2375	2465

**VOLUME DI VENDITA AL  
DETTAGLIO NEL SETTORE**

Benzina	Kt	16122	15379	14738	14377	14289
Diesel per autotrazione	Kt	<u>15649</u>	<u>16532</u>	<u>17139</u>	<u>18118</u>	<u>19005</u>
		31771	31911	31877	32495	33294

524. Come si evince dalla tabella, l'andamento delle vendite sulle autostrade negli ultimi cinque anni è piuttosto simile all'andamento generale. L'incremento della domanda è stato minimo, fondamentalmente a causa di una maggiore domanda di diesel, mentre il consumo di benzina è leggermente diminuito. Questa tendenza è comune alla rete di impianti autostradali e alla rete fuori autostrada. Sulla base di tali elementi, risulta che gli schemi di consumo sulle autostrade non sono dissimili da quelli osservabili nelle stazioni ubicate fuori dall'autostrada.

525. Può essere utile analizzare sotto il profilo qualitativo i clienti delle stazioni di servizio autostradali. La seguente tabella riporta una stima dei volumi totali di vendita al dettaglio di carburanti di Exxon negli anni 1996-97-98, ripartita per mese.

526. Percentuale di vendita mensile negli impianti autostradali Exxon

Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Sett	Ott	Nov	Dic
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----

---

[...]\*

---

Le cifre sono espresse in percentuali

527. Dalla tabella emerge chiaramente che le vendite dell'anno sulle autostrade francesi si verificano per lo più nei mesi che includono festività nazionali. In particolare con riferimento al consumo di benzina, due mesi dell'anno, ovvero luglio e agosto, rappresentano oltre il [...] \*% delle vendite complessive. Se si aggiungono aprile e maggio, quattro mesi assorbono il [...] \*% circa delle vendite totali realizzate durante l'anno. Quanto al diesel, questa tendenza è meno accentuata ma comunque osservabile. In generale, tutti i mesi in cui cadono festività nazionali generano maggiori vendite. In altri termini, i dati di cui sopra mostrano una forte stagionalità della domanda, che a sua volta è maggiormente vincolata. I clienti stagionali sono fondamentalmente turisti, che hanno maggiori probabilità di rifornirsi sulle autostrade. Anche queste conclusioni inducono a considerare le autostrade un mercato distinto.
528. Infine la prova che il mercato della vendita al dettaglio di carburante sulle autostrade a pedaggio francesi costituisce un mercato a se stante è il fatto che i prezzi sono nell'ordine del 5-10% più elevati rispetto ai prezzi fuori autostrada. A tale riguardo le parti sostengono che i dettaglianti di carburante sopportano maggiori costi quando gestiscono stazioni di servizio autostradali. Tuttavia ciò non spiega affatto perché in effetti gli automobilisti preferiscono pagare un prezzo superiore per acquistare il carburante sulle autostrade. In sintesi, l'“isolamento” del canale delle autostrade francesi dal resto del mercato si riflette per l'appunto in prezzi che sono del 5-10% più alti dei prezzi praticati nelle stazioni di servizio fuori autostrada.

**Struttura del mercato**

529. Prima dell'operazione, il mercato è strutturato nel modo seguente. A differenza della vendita al dettaglio di carburante nelle stazioni fuori autostrada, il mercato della vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio francesi è già molto concentrato. Esso è caratterizzato dalla presenza di 6 operatori, tutte compagnie petrolifere integrate verticalmente, uno dei quali, Agip, occupa una posizione irrilevante. Gli altri 5 operatori possono essere suddivisi in due categorie: i grossi operatori nazionali, ovvero Total e Elf e le *major*, ovvero Shell, Exxon e BP/Mobil. I due operatori nazionali sono leader di mercato, in quanto vantano da sempre una forte presenza sul territorio nazionale che, sul mercato delle autostrade a pedaggio, è rimasta incontrastata. A questo proposito entrambi gli operatori dispongono di proprie raffinerie site in Francia, che assicurano un approvvigionamento di carburante tempestivo ed economico. Entrambi possiedono numerose infrastrutture di stoccaggio disseminate su tutto il territorio francese. Entrambi hanno un cospicuo numero di stazioni di servizio che garantiscono la copertura capillare della rete autostradale. Dei due operatori, Total occupa una posizione di predominio sul mercato delle autostrade a pedaggio. In seguito alla fusione con Fina, Total ha ulteriormente rafforzato la sua posizione, raggiungendo una quota di mercato di circa il [30-40]\*%. Total, inoltre, come illustrato in appresso, è anche il dettagliante con la maggiore efficienza dei costi, se si considera il volume di erogazione medio per stazione. Quanto alle tre multinazionali, si tratta di operatori di medie dimensioni. Shell e Exxon hanno una posizione di mercato paragonabile (rispettivamente il [10-20]\*% e il [10-20]\*%), sia per volume di vendita sia per numero di stazioni e sono seguite a breve distanza da BP/Mobil. Il CR4 (indice di concentrazione) prima dell'operazione si avvicina al [80-90]\*%.
530. Praticamente non esistono dettaglianti indipendenti sul mercato. I motivi sono molteplici, in particolare la difficoltà di ottenimento delle licenze sulle autostrade, la scarsità di siti disponibili, gli elevati costi di investimento da sostenere (questi aspetti saranno ulteriormente esaminati nei considerando 554-561).
531. La seguente tabella riporta una stima delle quote di mercato (in volume) delle parti e dei loro concorrenti negli ultimi cinque anni.

Francia	1994	1995	1996	1997	1998
Total	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*	[30-40]*
Elf	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Shell	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Esso	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
BP/Mobil	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Fina	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Agip	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

532. Nel corso del tempo il mercato è rimasto piuttosto stabile in termini di andamento delle quote di mercato. Per alcuni operatori si osservano fluttuazioni delle quote di

mercato nell'ordine del 10% in un periodo di cinque anni. Tuttavia i principali operatori mantengono praticamente inalterata la loro posizione di mercato nel corso del tempo. Total continua ad essere leader di mercato, seguita da Elf, Shell, Exxon e BP/Mobil.

533. Vale inoltre la pena di misurare la posizione di mercato dei vari operatori con riferimento al numero di stazioni di servizio.

Numero di stazioni	1996	1997	1998
Total	111	113	126
Elf	128	125	124
Shell	48	51	57
Esso	55	56	60
BP/Mobil	22	42	41
Fina	26	34	24
Agip	9	9	7

534. Total e Elf hanno un numero di stazioni comparabile (rispettivamente 126 e 124), seguite da Shell, Exxon e BP/Mobil. In termini di evoluzione delle quote nel corso del tempo, la stabilità è meno accentuata rispetto alle quote di mercato basate sul volume di vendita ma resta comunque notevole. In particolare in un periodo di cinque anni Total ha incrementato il numero di stazioni di circa il 20% (senza contare l'acquisizione di Fina), scavalcando Elf. Gli altri maggiori operatori, ad eccezione di BP che nel 1997 ha unito le proprie reti con quelle di Mobil, hanno mantenuto praticamente invariata la loro posizione sul mercato.
535. Nel complesso dalle considerazioni di cui sopra emerge che negli ultimi anni il mercato della vendita al dettaglio di carburante sulle autostrade a pedaggio francesi è rimasto piuttosto statico, senza registrare mutamenti. La domanda è rimasta piuttosto fiacca nell'arco di cinque anni. I concorrenti hanno più o meno mantenuto la posizione occupata.

### *Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi*

#### Costi

536. Un fattore determinante nella redditività di una rete di punti vendita al dettaglio è il volume erogato. Maggiore è il volume erogato, minori saranno i costi di esercizio medi al litro. Per comparare i suddetti operatori sul piano dei costi, la tabella che segue riporta il volume di erogazione medio per stazione riferito ai vari operatori negli ultimi cinque anni.

Autostrade  
Volumi

	Agip	BP/Mobil	Elf	Esso	Fina	Total	Shell	Cumul.
1998 Stazioni	7	58	124	60	24	126	73	472

Carburante, km3/anno	29	309	771	389	93	1004	430	3026
Volume/Stazione, m3/anno	4199	5333	6220	6482	3889	7970	5891	6412
1997								
Stazioni	9	60	125	64	34	113	70	475
Carburante, km3/anno	35	296	731	399	106	929	425	2922
Volume/Stazione, m3/anno	3911	4933	5851	6234	3118	8223	6078	6152
1996								
Stazioni	9	60	128	67	26	111	66	467
Carburanti, km3/anno	37	292	702	408	90	893	422	2844
Volume/Stazione, m3/anno	4139	4873	5485	6089	3465	8042	6390	6090
1995								
Stazioni	8	57	128	64	25	108	67	457
Carburanti, km3/anno	35	318	705	414	89	914	450	2927
Volume/Stazione, m3/anno	4392	5585	5506	6476	3570	8466	6719	6404
1994								
Stazioni	9	60	121	59	21	103	66	439
Carburanti, km3/anno	39	328	697	424	78	897	454	2918
Volume/Stazione, m3/anno	4364	5469	5761	7184	3734	8705	6881	6646

Fonte: UFIP

Fonte: UFIP

537. Dalla tabella di cui sopra emerge che Total realizza il maggiore volume di erogazione con 7 970m<sup>3</sup> per sito, seguita da Exxon con 6 482m<sup>3</sup>. Comunque tutti i principali operatori realizzano un volume di molto superiore a 5 000 m<sup>3</sup>. In generale, si può affermare che il volume di erogazione medio è piuttosto elevato rispetto alla media registrata nelle stazioni di servizio fuori autostrada. Ciò dipende tuttavia dal fatto che le stazioni autostradali sono in genere di dimensioni maggiori rispetto ad una normale stazione di servizio fuori autostrada.
538. Nel settore si ritiene che un volume medio compreso fra 3 000 e 3 500m<sup>3</sup> per sito consenta ad una normale stazione di servizio di raggiungere una scala efficiente minima. Tuttavia dato che le stazioni autostradali devono sostenere costi maggiori rispetto alle normali stazioni fuori autostrada, è da ritenersi che occorra un volume medio più elevato per raggiungere una scala efficiente minima. Un volume di 6.000m<sup>3</sup> (due volte il volume necessario per raggiungere la scala efficiente minima) può essere ragionevolmente preso a riferimento come punto di pareggio. Secondo questi criteri, è evidente che non esistono differenze di rilievo fra i vari operatori a livello di efficienza dei costi. Tre operatori (Total<sup>61</sup>, Exxon e Elf) raggiungono ampiamente tale traguardo, mentre altri due (Shell e BP/Mobil) vi si avvicinano.

### Prezzi

539. Per valutare in modo esaustivo il contesto concorrenziale sul mercato della vendita al dettaglio di carburante sulle autostrade a pedaggio francesi, vale la pena di prendere a riferimento il mercato francese della vendita al dettaglio di carburante nel suo complesso, che è stato citato dalle parti notificanti come uno dei più concorrenziali d'Europa.

---

61. Occorrerebbe inoltre tenere conto del fatto che Total ha di recente acquisito Fina, che detiene il primato negativo in termini di volume erogato per stazione.

540. Come illustrato nei suddetti considerando 518-520, la Francia ha di gran lunga il maggiore differenziale di prezzo. Il confronto con i dati di vari paesi può essere talvolta fuorviante a causa delle diverse condizioni di concorrenza esistenti in ciascun mercato nazionale. In alcuni paesi quali l'Austria e i Paesi Bassi, ad esempio, i prezzi generali (al netto di imposte) del carburante venduto nelle stazioni di servizio fuori autostrada sono estremamente elevati e ciò può spiegare in parte il minore differenziale con i prezzi sulle autostrade. Inoltre in tutti questi paesi, ad eccezione della Francia, le autostrade sono gratuite. Questo elemento spiegherebbe la maggiore pressione concorrenziale esercitata dalle stazioni fuori autostrada sulle stazioni autostradali. Tuttavia la situazione in Francia può essere paragonata a quella del Regno Unito, in quanto i prezzi alla pompa al netto di imposte sul mercato britannico si avvicinano ai prezzi al lordo di imposte praticati in Francia. Ciononostante il Regno Unito ha un differenziale che è oltre cinque volte inferiore a quello osservato in Francia. Può essere utile confrontare con la Francia anche la situazione in Germania, in quanto le differenze di prezzo non sono particolarmente accentuate.
541. La tabella che segue riporta un confronto fra i prezzi Exxon praticati sulle autostrade e i prezzi praticati sulla rete Exxon in Francia, Regno Unito e Germania.

	Francia	Regno Unito	Germania
Prezzi Exxon (al netto di imposte) sulle autostrade - benzina	[...]*	[...]*	[...]*
Prezzi medi (al netto di imposte) sulla rete Exxon - benzina			
Prezzi Exxon (al netto di imposte) sulle autostrade -diesel			
Prezzi medi (al netto di imposte) sulla rete Exxon - diesel			

542. Si può notare che i differenziali di prezzo fra questi paesi sono notevoli e difficilmente si spiegano con il fatto che in Francia i costi sono maggiori rispetto al Regno Unito e alla Germania. Anche considerando che alcuni dei costi menzionati dalle parti in relazione alle autostrade francesi sono assenti nel Regno Unito e in Germania (ad esempio canoni di concessione), gli altri costi sono normali costi supplementari che un dettagliante deve sostenere nella gestione di una stazione di servizio autostradale, indipendentemente dal paese di ubicazione.
543. A tale riguardo può essere illuminante un confronto fra i margini lordi e i costi sostenuti da Exxon sulle autostrade in Francia, Regno Unito e Germania. In particolare, è utile confrontare quelli che le parti descrivono come “*altri costi all'ingrosso*”, intendendo quei costi che riuniscono tutti i costi diretti (ad esempio locazione di terreni/tasse fondiarie, pubblicità, personale di vendita) e indiretti (ad esempio costi generali d'impresa, sistemi) specificamente associati alla conduzione e alla gestione dell'attività di vendita al dettaglio in quel paese. Sono esclusi i costi di trasporto e consegna.

Autostrade - 1998	Francia	Regno Unito	Germania
Costi all'ingrosso Exxon – benzina		[...]*	
Costi all'ingrosso Exxon – diesel		[...]*	
Margini lordi Exxon – benzina		[...]*	
Margini lordi Exxon – diesel		[...]*	

*Le cifre sono espresse in USD per tonnellate metriche*

544. Dalla tabella di cui sopra risulta che i costi che secondo le parti sarebbero all'origine della maggiorazione di prezzo applicata sulle autostrade francesi sono inferiori in Francia rispetto al Regno Unito e alla Germania. Viceversa i margini lordi e i prezzi in Francia sono notevolmente più alti che nel Regno Unito e in Germania.
545. Peraltro non è possibile sostenere che il confronto fra i suddetti dati sia fuorviante a causa della diversa struttura della rete di vendita al dettaglio Exxon nei vari paesi. A tale riguardo, è sufficiente sottolineare che la rete di impianti autostradali Exxon in Francia è composta esclusivamente da stazioni di proprietà della compagnia, ovvero stazioni in cui Exxon sostiene i maggiori costi possibili.
546. Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti osservano che i dati sui costi citati sopra come rappresentativi delle stazioni autostradali si riferiscono in realtà a stazioni autostradali e a stazioni fuori autostrada. A tale proposito è opportuno osservare che le informazioni su cui la Commissione si è basata sono state fornite dalle parti in risposta a una richiesta di informazioni con la quale si richiedevano inequivocabilmente i dati sui costi relativi alle stazioni autostradali. La Commissione ha dunque presupposto che, secondo le parti, tali dati rispecchiassero in qualche modo anche i costi delle loro stazioni autostradali.
547. In ogni caso anche basando la valutazione sui dati che le parti non contestano, emerge che i margini generati nelle stazioni site sulle autostrade francesi sono inspiegabilmente alti. A tale riguardo, come è stato osservato sopra, i prezzi alla pompa al netto di imposte sulle autostrade francesi sono in media dal [...]\* al [...]\*% più alti dei prezzi alla pompa al netto di imposte praticati sul mercato francese in generale. Le parti spiegano che queste differenze dipendono dai maggiori costi sostenuti dai gestori delle stazioni autostradali. In particolare esse sostengono:
- i)* che tutte le stazioni di servizio francesi site su autostrade in “concessione” (che rappresentano il [...]\*% delle stazioni Exxon) devono corrispondere alla società concedente canoni correlati ai volumi di circa [...]\*centesimi/litro;
  - ii)* che le stazioni di servizio autostradali sostengono costi di investimento più elevati per offrire i servizi aggiuntivi richiesti dalla società concedente: si tratta solitamente di infrastrutture addizionali di stoccaggio, ulteriori impianti di autolavaggio, parcheggi ecc.. Il costo supplementare ammonta a [...]\* centesimi/litro;
  - iii)* che le stazioni autostradali hanno l'obbligo di rimanere aperte tutti i giorni per 24 ore al giorno. I costi aggiuntivi sono di circa [...]\* centesimi/litro;
  - iv)* che l'uso delle carte carburante è più diffuso sulle autostrade, con un costo aggiuntivo di circa [...]\* centesimi/litro.

Tutti questi costi rappresentano presumibilmente un'elevata percentuale di questi differenziali - il [...] \*% per la benzina e il [...] \*% per il diesel.

548. Tuttavia anche accettando le stime generose fornite dalle parti, il differenziale ingiustificato sarebbe comunque dell'ordine del 20-30%. In sintesi, sulla base del calcolo fornito dalle parti, resterebbe un margine fino a 10 centesimi/litro che non può essere spiegato adducendo eventuali costi supplementari.
549. Alla luce di quanto precede, emerge che i margini complessivi e, in ultima analisi, gli utili realizzati dai dettaglianti di carburante sulle autostrade francesi sono più alti di quelli generati nelle stazioni francesi fuori autostrada. Questi proventi sono inoltre più elevati di quelli generati nelle stazioni autostradali degli altri Stati membri sopra esaminati.

#### Andamento dei prezzi

550. È alquanto significativo esaminare anche l'andamento dei prezzi negli ultimi quattro anni confrontando i prezzi alla pompa in autostrada con i prezzi fuori autostrada in Francia.

Prezzi alla pompa		1995		1996		1997		1998	
USD/T		Tasse incl	Tasse escl.	Tasse incl	Tasse escl	Tasse Incl	Tasse escl	Tasse incl	Tasse escl
Autostrade	Benz.	1630	378	1653	380	1500	364	1465	327
	Diesel	1007	331	1066	355	984	339	934	286
Dettaglio-escl. autos.	Benz.	1568	326	1598	334	1426	302	1384	260
	Diesel	949	282	1006	305	909	277	848	215
Delta di prezzo fra staz. autos. e rete ordinaria	Benz.	62	52	55	46	75	62	80	67
	Diesel	59	49	60	50	75	62	87	72

551. Dalla tabella di cui sopra emerge che, in termini assoluti, i prezzi al netto di imposte sono diminuiti nelle stazioni autostradali e fuori autostrada a causa del calo dei prezzi del greggio. Tuttavia in termini relativi è evidente che i prezzi alla pompa al netto di imposte hanno seguito un andamento diverso, in quanto i prezzi nelle stazioni fuori autostrada hanno fatto registrare un calo molto più pronunciato. A tale proposito è sorprendente che i differenziali fra i prezzi in autostrada e i prezzi fuori autostrada siano aumentati di circa il 30-40%.
552. In sostanza la tabella di cui sopra mostra che, in primo luogo, il mercato della vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio francesi non è correlato alle tendenze dei prezzi prevalenti sul mercato delle stazioni di servizio fuori autostrada. In secondo luogo gli operatori presenti sul mercato delle autostrade a pedaggio sembrano avere raggiunto un equilibrio sopra il livello concorrenziale, che non è



turbato dall'intenso gioco della concorrenza che vede coinvolti i vari operatori sul mercato fuori autostrada.

553. Infine con riferimento al grado di concorrenza a livello di prezzi esistente fra i vari dettaglianti su questo mercato, vale la pena di notare che le differenze di prezzo sono minime. In generale i prezzi alla pompa sono fortemente allineati e le variazioni fra i prezzi dei vari dettaglianti sono irrilevanti. Anche l'assenza di concorrenza a livello di prezzi indica che ogni dettagliante è soddisfatto dei suoi proventi e che il mercato ha raggiunto un equilibrio sopra il livello concorrenziale.

### ***Ostacoli all'entrata – Espansione – Potenziale concorrenza***

#### Ostacoli all'entrata

554. È ormai assodato nel settore che alcuni fattori rendono l'accesso al mercato della vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio più difficile dell'accesso al mercato delle stazioni di servizio nel suo complesso. La stessa considerazione si applica alla Francia.
555. In primo luogo la costruzione di una nuova stazione su un'autostrada richiede un certo investimento. Le parti calcolano che il costo di costruzione di un nuovo sito autostradale possa essere da cinque a dieci volte più elevato dei costi relativi ad una stazione già esistente. Secondo le parti, una stazione autostradale ubicata nei due sensi di marcia, può costare fino a [...] \* USD e una stazione singola può costare [...] \* USD. I costi supplementari derivano sostanzialmente dalla necessità di fornire infrastrutture aggiuntive quali serbatoi di stoccaggio del carburante, impianti di autolavaggio, parcheggio ecc.
556. In secondo luogo la procedura di ottenimento dell'autorizzazione alla costruzione di un nuovo sito può richiedere molto tempo. Complessivamente in Francia occorrono 1 o 2 anni per terminare la costruzione di una stazione di servizio autostradale, calcolando anche il tempo necessario per ottenere le autorizzazioni e per lo svolgimento delle procedure di aggiudicazione.
557. In terzo luogo la costruzione di nuove stazioni di servizio è soggetta a una normativa severa ed è sottoposta al controllo vigile dei gestori delle autostrade francesi. Fra l'altro anche la distanza fra una stazione e l'altra in autostrada è regolamentata. È evidente che tali controlli limitano le possibilità di sviluppo di nuovi siti.
558. In quarto luogo il mercato è già piuttosto saturo in termini di stazioni esistenti e ciò riduce ulteriormente la possibilità di creare nuovi punti vendita.
559. Effettivamente la scarsità di nuovi siti, sommata agli altri fattori summenzionati, da sempre impedisce l'entrata di nuovi operatori nel mercato francese delle autostrade a pedaggio. È alquanto significativo il fatto che negli ultimi 10 anni soltanto tre stazioni di servizio autostradali siano state aggiudicate tramite gara a società che, prima del 1989 non erano presenti sulle autostrade francesi. Una stazione è stata data in concessione a Leclerc (una catena francese di ipermercati), le altre due stazioni sono state assegnate a Dyneff (un grosso rivenditore indipendente).

560. Le parti sostengono che esiste un elemento di contestabilità nel mercato dovuto al fatto che le concessioni per lo sfruttamento dei siti sono di durata limitata e sono periodicamente riassegnate dai gestori delle autostrade. Le autostrade in Francia appartengono allo Stato o agli enti locali oppure a società del tutto o in parte private. Queste ultime sono autorizzate a costruire e gestire le autostrade in virtù di 'concessioni' accordate loro dallo Stato o dagli enti locali e, a loro volta, danno in concessione le stazioni di servizio ai dettaglianti di carburante. Le 'concessioni' autostradali riguardano periodi di 15-30 anni ma quelle accordate direttamente dallo Stato o dagli enti locali hanno generalmente durata trentennale.
561. Sulla base di queste premesse, occorre osservare che questo sistema, teoricamente concepito per istituire una qualche forma di concorrenza per la riassegnazione di una stazione esistente, non ha mai funzionato efficacemente. Infatti le parti ammettono che, in base alle informazioni in loro possesso, nessun nuovo concorrente ha mai acquisito i diritti di sfruttamento di una stazione autostradale al termine del periodo di concessione iniziale. Infatti secondo la prassi vigente nel settore, il fornitore esistente ottiene una proroga della concessione iniziale, solitamente in concomitanza con un investimento approvato nella stazione di servizio o con un piano di ammodernamento della stessa, prima che il periodo di concessione iniziale giunga a scadenza.

#### Potenziale concorrenza

562. Occorre osservare, inoltre, che sul mercato francese delle autostrade a pedaggio non esiste una concreta minaccia di potenziale concorrenza. A tale riguardo la principale fonte di concorrenza sul mercato francese della vendita al dettaglio di carburante fuori dalle autostrade è rappresentata dai supermercati e dagli ipermercati (che rappresentano oltre il 50% delle vendite totali in Francia). Questi operatori hanno sviluppato in particolare la vendita al dettaglio di carburante come un'attività complementare alla loro attività di base. L'espansione delle vendite è fondamentalmente basata sulla possibilità di mantenere prezzi bassi attraverso efficienze dei costi, che a sua volta sono rese possibili dalle sinergie logistiche esistenti fra le attività di base e la vendita al dettaglio di carburante. In particolare la formula dell'ipermercato prevede che l'impianto di rifornimento sia ubicato in una posizione particolarmente agevole in prossimità del parcheggio, per trarre vantaggio dall'elevato numero di clienti che effettua i suoi acquisti presso il punto vendita. Il gestore può così realizzare elevati volumi di erogazione a costi di esercizio contenuti. Tutti questi fattori, tuttavia, non sono facilmente riproducibili sulle autostrade. Infatti sino ad oggi nessuna catena di supermercati è presente sulle autostrade francesi, fatta salva una piccola eccezione (Leclerc possiede una stazione di servizio che pratica prezzi inferiori alla media). Quasi tutte le catene di supermercati e ipermercati attive sul mercato della vendita al dettaglio di carburanti hanno indicato, nelle loro risposte alla richiesta di informazioni della Commissione, di non avere intenzione di accedere al mercato delle autostrade a pedaggio proprio per i motivi summenzionati. Esse, inoltre, sottolineano che l'accesso a tale mercato è ancora più difficile in assenza di un numero di stazioni sufficientemente ampio.

#### **IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE: IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA**

563. Come indicato sopra, la situazione esistente prima della concentrazione evidenzia già un deficit concorrenziale che può essere spiegato con una serie di fattori. Il mercato è

molto concentrato e cinque operatori (TotalFina, Elf, Shell, Esso e BP/Mobil) rappresentano quasi il 90% delle vendite. Non esiste nessun concorrente agguerrito, a differenza del mercato delle stazioni di servizio fuori autostrada. Il mercato è protetto da qualsiasi minaccia concorrenziale da imponenti ostacoli all'entrata. Inoltre i dettaglianti indipendenti e in particolare gli ipermercati, che in teoria sarebbero candidati ideali ad entrare in questo mercato, non hanno mostrato alcun interesse in tal senso, o non sono stati in condizioni tali da accedervi.

564. L'impatto della presente operazione deve essere valutato sulla base degli elementi sopra descritti, tenendo altresì conto degli aspetti evidenziati nella sezione dedicata alle caratteristiche strutturali dei mercati della vendita al dettaglio di carburanti in generale. In primo luogo l'operazione aumenta ulteriormente la concentrazione del mercato. In sostanza l'operazione ha per effetto di eliminare dal mercato un concorrente di medie dimensioni.
565. Ma ciò che più conta è che l'operazione altererà la struttura del mercato, in quanto condurrà alla creazione di una nuova forza costituita dal binomio Exxon/Mobil BP/Mobil, che insieme occuperanno una posizione di mercato paragonabile a quella del concorrente numero due. In sintesi, l'operazione ha un notevole effetto negativo in quanto modifica l'equilibrio interno all'oligopolio. In luogo dei 5 operatori, tre dei quali detengono quote di mercato piuttosto modeste, il nuovo contesto sarà caratterizzato dalla presenza di due grossi operatori, ovvero Total/Fina con il [30-40]\*% e Elf con il [20-30]\*, oltre ad un terzo operatore di pari forza rappresentato da Exxon e BP/Mobil, che insieme deterranno una quota del [20-30]\*% e un operatore di dimensioni minori, Shell, con il [10-20]\*% del mercato.
566. I rapporti concorrenziali fra i membri dell'oligopolio muteranno, in quanto sarà più estesa la portata di eventuali ritorsioni. Poiché i partecipanti avranno quote di mercato più consistenti ed equilibrate, le conseguenze delle azioni competitive in termini di ritorsioni sono potenzialmente più vaste e gravi di quelle osservabili con l'attuale struttura dell'offerta.
567. Prima della concentrazione i tre operatori di medie dimensioni potrebbero ancora costituire elementi di turbativa dell'equilibrio dell'oligopolio. In particolare essi potrebbero legittimamente ambire ad espandere le proprie quote di mercato alla luce dei buoni risultati ottenuti a livello di efficienza dei costi. Inoltre questi tre operatori sono le uniche *super major* e dunque sono nella posizione di costituire una costante minaccia concorrenziale per qualsiasi leader nazionale del mercato. Dato l'assetto che il mercato assumerà dopo la concentrazione, nessuna mossa concorrenziale potrà essere messa in atto senza scatenare una reazione incisiva e diffusa. Data la modesta crescita della domanda di carburante, qualsiasi iniziativa di uno dei vari operatori volta ad incrementare le vendite andrà inevitabilmente a scapito degli altri operatori. Inoltre, data l'omogeneità del prodotto, l'unica strategia concorrenziale per conquistare quote di mercato consiste nell'abbassare i prezzi. Tuttavia qualsiasi taglio ai prezzi scatenerà inevitabilmente una ritorsione da parte degli altri operatori, che sentiranno di essere il bersaglio di tale manovra. Dato inoltre che tre operatori su cinque hanno una presenza assai capillare sul territorio e che sono tutti ugualmente efficienti sul piano dei costi, la concorrenza a livello di prezzi sarà evitata in ogni modo. Shell, che è l'unico membro "minore" dell'oligopolio e potrebbe essere stimolato a competere, correrebbe seri rischi qualora decidesse di competere aggressivamente, in quanto, rispetto agli altri dettaglianti di dimensioni maggiori, ha

una ridotta quota di mercato e dunque può essere più facilmente bersagliato. In sostanza la concentrazione renderà più facile realizzare e sorvegliare l'interazione fra i pochi operatori dominanti, mentre peggiorerà l'andamento economico del mercato.

568. Alla luce di quanto precede, è evidente che l'operazione avrà per effetto di rafforzare la posizione dominante collettiva di TotalFina, Elf, Shell, Esso e BP/Mobil, con il risultato che la concorrenza effettiva nel mercato comune sarà ostacolata in modo significativo.

## GERMANIA

### PANORAMICA GENERALE

#### *Raffinazione*

569. In Germania esistono attualmente 17 raffinerie di combustibili, situate sulla costa o nell'entroterra. I principali raffinatori sono Exxon, Shell, BP/Mobil e DEA che possiedono il 42% circa della capacità totale. Queste tre compagnie sono integrate verticalmente, ovvero sono attive anche a livello di vendita all'ingrosso e al dettaglio di carburanti. Anche gli altri raffinatori (ad esempio Conoco, Elf, Total, Agip, OMV) sono, per la maggior parte, compagnie integrate verticalmente. I raffinatori non integrati, ad esempio Ruhr Oel, Wintershall, Beta, Holborn, rappresentano il 43 % della produzione tedesca complessiva. Queste raffinerie hanno una capacità totale di 2 186 migliaia di barili al giorno. Il consumo nell'intera Germania (diesel/benzina/altri carburanti) ha raggiunto un totale di 622 milioni di bbl (barili di petrolio) nel 1996. Secondo Eurostat, le importazioni nette della Germania rappresentano il 21% della sua capacità produttiva, anche se tale cifra non include la raffineria di Leuna, di recente costruzione. Si noti che le raffinerie dell'entroterra, senza sbocchi sul mare, non sono in grado di vendere la produzione in eccesso sul mercato cargo e dunque devono commercializzarla in Germania.

#### *Infrastruttura*

570. Le raffinerie e gli impianti di stoccaggio sono ubicati in posizione strategica in prossimità delle principali aree di consumo e gli impianti di stoccaggio regionali garantiscono l'approvvigionamento delle regioni più remote della Germania. Il fiume Reno collega le raffinerie dell'ovest (Gelsenkirchen VEBA, Wesseling DEA, Godorf Shell, Karlsruhe Esso/DEA/VEBA/Conoco) e, indirettamente attraverso il Mittellandkanal, la raffineria di Wintershall. Le raffinerie del sud (Ingolstadt Esso, Vohburg BP/Mobil/AGIP/ RuhrOel) sono accessibili attraverso il Danubio. Tre raffinerie sono collegate al porto di Amburgo (Heide DEA, Amburgo Holborn e Amburgo Shell). Le raffinerie dell'entroterra che non sono collegate ad un porto o fiume servono principalmente la regione in cui sono ubicate oppure importanti centrali di stoccaggio, come nel caso di Leuna (Elf) per l'area di Dresda, Burghausen (OMV) per l'area di Monaco di Baviera e l'Austria (attraverso un oleodotto collegato al Danubio) e Schwedt (DEA/RuhrOel/AGIP/Total/Elf) per l'area berlinese. Le regioni ad elevato consumo (Amburgo, Hannover, Colonia, Francoforte, Stoccarda, Monaco, Berlino, Dresda ecc.) sono approvvigionate tramite vendite effettuate direttamente da raffinerie poco distanti.

571. Gli oleodotti (sia gli oleodotti che trasportano prodotti con insegna privata sia l'oleodotto che trasporta il carburante per aviogetti NATO) percorrono le regioni dell'ovest e del sud della Germania, mentre l'area orientale del paese è servita da importanti impianti di stoccaggio collegati a entrambi gli oleodotti e al fiume Elba. Gli oleodotti collegano alle raffinerie tutti le principali località di stoccaggio. Tuttavia è opportuno operare una distinzione fra gli oleodotti adibiti al trasporto di prodotti con insegna privata e l'oleodotto NATO, che funziona a capacità massima e che ha la funzione principale di trasportare il carburante per aviogetti fino agli aeroporti militari.

572. Il territorio tedesco può essere approvvigionato, per la maggior parte, dal mercato cargo mediante trasporto con chiatte sul Reno, sul Danubio e sull'Elba (che collega Amburgo alla Germania est). A causa del diverso livello delle acque, il trasporto su chiatta è limitato a un massimo di 1 000 tonnellate. Il trasporto tramite chiatta sul Reno può essere influenzato dai livelli variabili delle acque. Mentre l'aumento del livello non ha praticamente alcun impatto sulle tariffe di nolo, a condizione che il traffico non sia interrotto (eventualità assai rara), il basso livello delle acque ha effettivamente un'incidenza sulle tariffe di nolo, in quanto è necessario ridurre i carichi in modo da garantire il passaggio nelle acque basse. In questi periodi le tariffe di nolo subiscono un rialzo, anche se l'incidenza sulle tariffe dipende anche dall'effettiva situazione della domanda a monte. Nei periodi di scarsa domanda (in particolare in estate, quando la domanda di gasolio è minima) il basso livello delle acque può incidere in modo limitato sulle tariffe di nolo, mentre può avere una notevole incidenza nei periodi di forte domanda. Di solito il basso livello del Reno dura per un periodo che va da una settimana a un mese all'anno.

### *Vendita all'ingrosso*

573. Dall'indagine condotta sul mercato emerge che l'accesso al mercato all'ingrosso è piuttosto facile per i dettaglianti. In genere i prezzi di vendita applicati ai rivenditori indipendenti sono basati sulla quotazione OMR (Oil Market Report, che è l'equivalente della quotazione Platt's a livello locale), con un differenziale concordato che copre fattori quali i differenziali fra una località e l'altra e la prestazione di eventuali servizi. Le quotazioni OMR rappresentano il prezzo che il rivenditore sarebbe tenuto a pagare per acquistare carburanti da impianti di stoccaggio vicini al Reno. Queste quotazioni sono parallele a quelle di Platt's ma sono superiori di circa il 10%-15%. Secondo le parti, il trasporto su chiatta dall'area ARA (Anversa-Rotterdam-Amsterdam) all'area di Karlsruhe dovrebbe spiegare almeno metà della differenza fra le quotazioni Platt's e OMR. L'altra metà può essere spiegata con tutti i costi a carico di una società che trasporti il prodotto in Germania e lo venda ai clienti sul territorio, inclusi costi di movimentazione (ad esempio costi di caricazione e scaricazione dalle chiatte), costi di stoccaggio/deposito nei terminali, eventuali diritti di porto locali, assicurazione, costi legati al personale addetto alle ordinazioni e alle vendite, ecc. e il margine per la società che vende il prodotto.

574. Le parti hanno calcolato che il 55% della capacità di stoccaggio in Germania è nelle mani di società indipendenti. Questo dato è stato confermato alla Commissione da fornitori di capacità di stoccaggio indipendenti quali Petroplus, Oiltanking e Van Ommeren e da clienti diretti quali Mabanafit (*trader*), AVIA e Baywa (grossisti). Queste società indipendenti offrono i loro servizi a tutti i tipi di clienti, incluse le *major*.

575. In Germania per tradizione i prodotti petroliferi sono approvvigionati per oltre il 70% direttamente da raffinerie dell'entroterra. In genere le importazioni sono dirette a rivenditori indipendenti ma possono anche derivare da scambi intragruppo. Attualmente la maggioranza dei concorrenti delle parti acquista soltanto volumi ridotti per preservare la propria indipendenza dalle *major* che controllano le raffinerie. Alcuni concorrenti non integrati hanno indicato che negli ultimi anni oltre il 90% del prodotto acquistato è stato approvvigionato da raffinerie dell'entroterra o acquistato dalle *major* che lo ottengono tramite scambi o acquisti presso società affiliate. I concorrenti non integrati acquistano sia presso le raffinerie dell'entroterra

sia sul mercato cargo (ARA). La scelta della fonte di approvvigionamento dipende dalle condizioni offerte. Poiché il differenziale di prezzo fra il mercato cargo e le raffinerie dell'entroterra cambia continuamente, talvolta i prezzi sul mercato cargo sono inferiori a quelli praticati dalle raffinerie dell'entroterra. Ad esempio è stato spiegato alla Commissione che attualmente le raffinerie dell'entroterra offrono un prezzo più allettante rispetto al mercato cargo, oltre al trasporto e allo stoccaggio. È emerso che, se i prezzi sul mercato cargo non sono notevolmente più bassi, è più interessante acquistare direttamente da una raffineria dell'entroterra.

576. I dettaglianti integrati verticalmente si approvvigionano di carburanti da tre fonti: produzione propria, accordi di scambio con altri raffinatori ovvero acquisti presso terzi, [...]\*. BP/Mobil acquista il [...]\*\*\* del suo fabbisogno presso terze parti. Exxon ha accordi di scambio per i carburanti con [...]\*. Ciò è dovuto, in parte, al fatto che Exxon gestisce principalmente raffinerie dislocate nel sud della Germania.
577. Alcuni operatori quali Avia, Mabanaf e Petroplus (grossisti e *trader*) sono presenti a livello di commercio all'ingrosso, il che consente ai dettaglianti non integrati di approvvigionarsi di carburanti. Va tuttavia osservato che i summenzionati grossisti hanno fatto ricorso all'approvvigionamento tramite *trader* soltanto in misura limitata, in quanto la maggioranza di loro svolge anche una modesta attività di *trader* o ha un potere d'acquisto combinato sufficiente per ordinare navi/chiatte sul mercato cargo.

### ***Vendita al dettaglio***

578. In Germania si osservano quattro categorie di dettaglianti: insegne di classe A, insegne di classe B, indipendenti e supermercati. Le insegne di classe A sono compagnie petrolifere integrate verticalmente quali Exxon, BP/Mobil, DEA e Shell ma anche Aral, società in cui, come suindicato, Mobil detiene una partecipazione del 28% (gli altri principali azionisti sono Veba (56%) e Wintershall (15%)) e che si avvale delle forniture *captive* dei suoi azionisti Mobil (attraverso BP), Veba e Wintershall. Le insegne di classe B includono compagnie integrate di dimensioni minori, quali Elf, TotalFina o Jet/Conoco.
579. Dal 1994 al 1997 il numero di stazioni di servizio è calato del 7%. Nello stesso periodo il volume di carburanti venduti nelle stazioni di servizio è rimasto stabile a 50 milioni di metri cubi.
580. Il 60% circa delle stazioni di servizio reca un'insegna. Talvolta la compagnia petrolifera è proprietaria sia del terreno sia degli immobili/investimenti su tale terreno. Talvolta, invece, la compagnia petrolifera è titolare degli immobili e degli investimenti mentre il terreno appartiene al dettagliante. Le *major* che operano sul mercato tedesco hanno varato un "regime di contratti d'agenzia". Si tratta di una formula specifica per il mercato tedesco, nel quale sembra che i costi del personale non permettano la costituzione di stazioni di servizio di tipo COCO. Il regime di agenzia ("Agentursystem") può includere l'intera attività della stazione di servizio oppure escludere alcune attività quali il negozio o l'autolavaggio.
581. È possibile distinguere fra stazioni di proprietà dei rivenditori e stazioni di proprietà delle compagnie. Esiste soltanto un esiguo numero di "stazioni di prova" gestite dalle compagnie. Per quanto riguarda le stazioni di proprietà dei rivenditori, le compagnie petrolifere mantengono un salda posizione. Gli agenti dipendono dalla compagnia petrolifera, che fissa il prezzo. Ad esempio le stazioni di servizio gestite dai

rivenditori che recano l'insegna Esso in Germania sono tutte regolate da un contratto di agenzia. In base a tali contratti, Exxon è proprietaria dei carburanti stoccati negli edifici della stazione di servizio e fissa il prezzo di vendita al minuto. Il regime di agenzia garantisce margini più alti e più sicuri [...]»<sup>62</sup>.

582. Il rivenditore è remunerato con una provvigione basata sui volumi di vendita e non correlata al prezzo alla pompa. L'agente riceve soltanto un margine su ogni vendita pari a circa 2,5-3 Pfennig al litro nel caso di stazioni gestite dal rivenditore e di 5 Pfennig al litro nel caso di stazioni di proprietà del rivenditore. La provvigione è più alta nel caso delle stazioni di proprietà dei rivenditori, in quanto in questo caso il rivenditore deve sostenere costi maggiori di quelli che sosterebbe se la stazione fosse di proprietà di una compagnia.
583. Per quanto riguarda le stazioni di proprietà delle compagnie e gestite dai rivenditori (agenti), i contratti sono di lunga durata (di solito 10 anni circa, con la possibilità di prorogare il contratto per due periodi consecutivi di 5 anni), il che rende difficile l'entrata dei concorrenti nel mercato. La durata dei contratti di fornitura ai rivenditori Exxon varia da [...]». In media è di [...]».
584. I *convenience store* sono un elemento determinante nella redditività delle stazioni di servizio in Germania, in quanto sovvenzionano il prezzo del carburante. Questi punti vendita sono gestiti da controllate delle compagnie petrolifere o da società quali "Lekkerland". La compagnia petrolifera riscuote un canone in contropartita, anche se per alcune compagnie il 'regime di agenzia' si estende anche al negozio.
585. A causa delle rigide norme sull'orario di apertura di negozi e supermercati, il *convenience store* è diventato un'importante struttura di vendita al dettaglio in Germania (4% delle vendite di alimentari e bevande). Questo tipo di esercizio attira la clientela e punta a migliorare il servizio e l'immagine di qualità del rivenditore di carburante. Il canone riscosso dall'attività del negozio genera utili considerevoli che compensano la ridotta domanda di carburante ([...]»). Sembra che i *convenience store* siano destinati a rivestire un'importanza crescente. Le *major* lo considerano un forte elemento di differenziazione dalle pompe bianche e dalle insegne di classe B.
586. [...]». Le *major*, quindi, investono molto nell'offerta di servizi, data la percentuale significativa di fedeltà al marchio fra i clienti tedeschi (70%), come strategia per mantenere la redditività e le quote di mercato differenziando le insegne di classe A dai 'price cutter', ovvero i concorrenti che attuano una politica di riduzione dei prezzi. [...]».

#### ***Germania dell'ovest e Germania dell'est***

587. Date le differenze esistenti fra la parte orientale e la parte occidentale della Germania in termini di approvvigionamenti, di benessere e persino di operatori presenti sul mercato, si potrebbe sostenere che entrambe costituiscono due mercati geografici rilevanti distinti. In effetti si osservano alcune differenze nei prezzi e le quote di mercato non sono simili.

---

62. [...]».



588. Tuttavia sotto vari aspetti tale ipotesi non è stata confermata dall'indagine condotta dalla Commissione. In primo luogo la differenza a livello di prezzi fra le due aree geografiche è minima e in alcuni casi inferiore alle differenze di prezzo esistenti nella stessa Germania occidentale. In genere i prezzi sono leggermente inferiori nella parte orientale del paese. Ciò è dovuto, in realtà, all'entrata in massa di nuovi operatori in questo mercato all'inizio degli anni '90, quando i tradizionali dettaglianti della Germania occidentale hanno tentato di riprodurre la loro quota di mercato nei nuovi Länder. Ne è conseguito un eccesso di capacità e dunque una pressione sui prezzi. In secondo luogo le palesi differenze in termini di quote di mercato fra la Germania occidentale e la Germania orientale hanno radici storiche. Dopo la riunificazione della Germania, la posizione monopolistica di Minol è stata interrotta nel 1992 quando Elf, che deteneva una quota di mercato inferiore al 10% nella Germania ovest, ha acquisito Minol conquistando così il primato sul mercato. Fino ad oggi Elf ha mantenuto tale predominio anche se la sua quota è stata ridotta al 24%<sup>63</sup> dai concorrenti. Minol aveva una rete obsoleta e i concorrenti hanno ampliato la propria quota di mercato con nuove stazioni di servizio ubicate in punti strategici. Poiché è probabile che la rete obsoleta di Minol sarà ulteriormente razionalizzata, è prevedibile che il mercato della Germania est evolva lentamente verso la stessa ripartizione delle quote di mercato che caratterizza le regioni occidentali. In terzo luogo non esiste alcuna differenza a livello di legislazione, disposizioni fiscali o vincoli ambientali. In quarto luogo non esiste alcuna barriera naturale fra la parte orientale e la parte occidentale della Germania. Ciò significa che un aumento uniforme dei prezzi nella parte occidentale sarebbe neutralizzato attraverso una concorrenza marginale al limite fra la parte orientale e la parte occidentale, mediante una sorta di processo a cascata.

#### IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA

##### *Struttura del mercato*

589. Nel loro complesso le *major* (ARAL, Shell, Esso, BP, DEA, ovvero le cosiddette insegne di classe A) controllano oltre il 65% del mercato. Ipermercati e supermercati hanno una quota intorno al [0-10]\*%, le pompe bianche detengono il [0-10]\*% e l'insegna di classe B più importante, ovvero JET-Conoco, circa il [0-10]\*%. Secondo i dati del 1997 forniti dalle parti, Aral è leader di mercato con il [20-30]\*%. Il resto del mercato è così ripartito: Shell [10-20]\*%, Exxon [10-20]\*%, DEA [0-10]\*%, BP/Mobil [0-10]\*%, Elf [0-10]\*%, TotalFina [0-10]\*%, Agip [0-10]\*% e KPI, con meno del [0-10]\*%. I cosiddetti *price cutter*, che vendono a prezzo ridotto, rappresentavano il [10-20]\*% del mercato (gli ipermercati [0-10]\*%, JET Conoco [0-10]\*% e le pompe bianche [0-10]\*%). Le insegne di classe B di minori dimensioni (ad esempio Avia, Tamoil ...) avevano una quota di mercato attorno al [0-10]\*%.
590. Dal 1994 al 1998 le quote di mercato delle insegne di classe A ma anche delle insegne di classe B hanno fatto registrare soltanto lievi variazioni, come è illustrato nella tabella che segue.

	1994	1995	1996	1997	1998
ARAL	[20-	[20-	[20-	[20-	[20-

63. In base ai dati 1998 forniti dalle parti relativamente alle quote di mercato dei principali concorrenti della Germania est.

	30]*	30]*	30]*	30]*	30]*
SHELL	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
ESSO	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
DEA	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
BP	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
CONOCO	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
ELF / MINOL	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
AGIP			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
FINA			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
TOTAL			[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Altri	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Ipermercati e pompe bianche	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*

### ***Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi***

591. Secondo le parti notificanti, i prezzi alla pompa in Germania variano soltanto in misura marginale. Le differenze di prezzo si spiegano con i maggiori costi di esercizio nelle aree rurali e, in minor misura, con i costi di trasporto fino alle regioni più remote. L'indagine di mercato ha rivelato che il mercato tedesco è caratterizzato da una situazione in cui tutte le insegne di classe A praticano prezzi simili mentre gli altri concorrenti applicano prezzi che sono inferiori di 1 pfennig rispetto ai prezzi delle insegne di classe A. I prezzi praticati dai supermercati sono di 3 pfennig al di sotto dei prezzi applicati dalle insegne di classe A. Questa struttura dei prezzi sembra rimanere immutata nel corso del tempo.
592. Aral è leader di mercato. Sembra che le variazioni di prezzo siano decise dalle insegne di classe A in base a criteri variabili e che gli altri concorrenti vi si adeguino. Le *major* hanno il maggiore impatto sui prezzi. Tutte le compagnie petrolifere integrate verticalmente (Aral, Shell, Esso, BP e DEA) mostrano strutture aziendali simili. Rispetto ai loro concorrenti, queste società hanno un ottimo accesso ai mercati degli acquisti e delle forniture. Soltanto le cinque compagnie summenzionate hanno una rete di vendita al dettaglio compatta sull'intero mercato geografico rilevante. Esistono molteplici legami fra queste cinque società (sotto forma di *joint venture* a livello di raffinerie, scambi, stoccaggio e fornitura di carburanti agli aeroporti). Ne consegue che i costi di acquisto delle insegne di classe A sono identici o per lo meno comparabili.
593. Nonostante praticano prezzi inferiori, le insegne di classe B e i supermercati tendono a seguire l'andamento dei prezzi. Dall'indagine condotta sul mercato dalla Commissione emerge che le variazioni dei prezzi sono principalmente decise dalle *major* ed è molto raro che una di esse non vi si adegui. Capita che per un periodo di tempo limitato si verifichi una guerra dei prezzi, ad esempio quando un supermercato

apre un nuovo impianto di distribuzione di carburante. I concorrenti hanno indicato che se le *major* decidessero di aumentare i prezzi del carburante di circa il 5 - 10%, le altre società sceglierebbero di adeguarsi in modo da beneficiare di margini più alti. Il settore della vendita al dettaglio di carburante ha capito che competere con le *major* praticando prezzi inferiori non permette di incrementare in misura sostanziale le quote di mercato. I concorrenti hanno inoltre indicato che, per via dei margini ridotti e degli alti costi di investimento (resi necessari dall'adeguamento alla normativa ambientale), non potrebbero sostenere una guerra dei prezzi.

594. Secondo i concorrenti, le insegne di classe B sono in grado di offrire prezzi più bassi perché spesso operano con maggiore efficienza e hanno una struttura dei costi diversa da quella delle *major*, in quanto i loro costi generali sono, quasi sempre, leggermente più bassi (assenza di costi legati al marketing e alla pubblicità, punti vendita di dimensioni inferiori, minore investimento nell'impianto, personale ridotto) e in quanto offrono un ridotto livello di servizio. Le insegne di classe B vendono ad un prezzo che è di 1 pfennig più basso del prezzo praticato dalle *major* ma solitamente sono di dimensioni assai ridotte rispetto alle insegne di classe A. Società quali Elf, Agip, Fina, Total e OMV possono vantare, singolarmente, una quota di mercato di non più del 3%.
595. [...]\*
596. Anche se le *major* non avevano reagito all'entrata di Conoco nel mercato alla fine degli anni '80, l'indagine di mercato rivela che oggi quando un nuovo concorrente tenta di offrire prezzi inferiori di 1 Pfennig o più, si scatena una guerra dei prezzi localizzata. Alla Commissione è stato spiegato che quando due anni fa Conoco aveva sperimentato alcune stazioni di servizio senza personale che praticavano un prezzo di 2 Pfennig più basso del prezzo delle *major*, queste ultime avevano reagito e Conoco, che necessita della loro approvazione e delle loro forniture, aveva posto fine alla sua manovra concorrenziale e aumentato i prezzi.
597. [...]\*. Ciò riduce il potenziale spostamento di volume dai concorrenti che vendono a prezzo inferiore ad un massimo di due terzi del loro volume attuale.
598. Anche se alcune delle piccole imprese/imprese indipendenti offrono prezzi alla pompa più bassi (1%), ciò non permette di concludere che esisterebbe una concorrenza a livello di prezzi. Le imprese indipendenti operano soltanto in alcune regioni e in genere hanno volumi di erogazione inferiori (1600 contro una media di 3000 nel settore) e dunque maggiori costi fissi per unità di prodotto venduto. Per restare competitive, queste società compensano il minore volume erogato con un ridotto livello di servizio. Anche qualora il volume erogato dovesse aumentare, queste imprese indipendenti non sono nella posizione di competere a livello di prezzi, in quanto i loro costi variabili sono nettamente più alti di quelli delle *major*. In una tabella che riporta i costi complessivi in funzione del volume erogato<sup>64</sup>, Exxon ha mostrato che i costi rimangono piuttosto stabili per le stazioni di servizio tradizionali, quali possono essere definite le stazioni di servizio tedesche. Secondo la valutazione del Bundeskartellamt, gli indipendenti non esercitano né possono esercitare una pressione concorrenziale sulle cinque insegne di classe A. Tale osservazione è stata

---

64. [...]\*

confermata dall'indagine di mercato svolta dalla Commissione. I dettaglianti indipendenti sembrano avere margini troppo esigui per iniziare a competere a livello di prezzi con le *major*. Infatti poiché quasi sempre la loro presenza geografica è concentrata, una concorrenza a livello di prezzi sarebbe più dannosa per loro che non per le insegne di classe A.

599. Le *major* competono con i supermercati e praticano prezzi bassi durante la settimana, prezzi ridotti il venerdì e prezzi più alti la domenica, quando i supermercati sono chiusi.
600. In Germania gli ipermercati e i supermercati non hanno un impatto concorrenziale decisivo sul mercato, a differenza di quanto accade in Francia ma in alcune aree esercitano un certo controllo sui prezzi delle *major*. I supermercati hanno una quota di mercato piuttosto ridotta, inferiore al [0-10]\*%. [...]\*. Gli ipermercati non rappresentano una minaccia concorrenziale significativa per le *major*. Infatti:
- gli ipermercati che vendono carburanti sono estremamente frammentati e non esiste una catena a livello nazionale;
  - praticano un prezzo che è in genere del 3-4% più basso di quello applicato dalle *major* ma non sono in grado di offrire lo stesso servizio ai clienti perché hanno un orario di apertura limitato,
  - non dispongono di un negozio nell'area di rifornimento,
  - accettano soltanto pagamenti in contanti.
601. A differenza di quanto è avvenuto in Francia (dove il loro accesso al mercato è stato contemporaneo), i supermercati non sono integrati nella catena di approvvigionamento. Non sono riusciti ad accaparrarsi volumi di vendita significativi e non godono di particolari vantaggi a livello di costi rispetto alle insegne di classe A. [...]\*\*\*<sup>65</sup>. È dunque probabile che la concorrenza dei supermercati sarà di modesta entità.
602. Le *major* si concentrano sui grandi centri urbani, mentre gli operatori indipendenti sono più attivi nelle zone rurali e nei centri urbani di piccole/medie dimensioni, in cui è minore la concorrenza. Il volume erogato è più alto nelle città ma i costi nelle zone rurali sono più bassi, in quanto non sono necessari grossi investimenti, contano di più i contatti personali ecc. Il prezzo del carburante nelle zone rurali è in genere lo stesso o più alto.
603. In Germania il “regime di agenzia” ha contribuito ad evitare guerre dei prezzi, in quanto le *major* esercitano il controllo assoluto sui prezzi. Queste compagnie controllano i prezzi in quanto le loro stazioni sono gestite tramite agenti e non mediante rivenditori indipendenti. L'agente ha l'obbligo di accettare i prezzi, che talvolta sono addirittura modificati automaticamente dal sistema informatico.
604. Secondo parti terze, i dettaglianti di carburante vengono a sapere di aumenti dei prezzi alla pompa prima che tali aumenti siano concretamente introdotti e così hanno

---

65. [...]\*\*\*.

il tempo di cambiare i prezzi esposti. In base ad uno studio condotto sul mercato della Germania del sud<sup>66</sup>, si è giunti alla conclusione che non esiste una concorrenza significativa fra le insegne di classe A. Basandosi su verifiche casuali (di dominio pubblico) effettuate nel 1990, 1991, 1993, 1997 e 1998, questo studio ha appurato che solo le cinque *major* (insegne di classe A) hanno preso l'iniziativa di aumentare i prezzi e che le compagnie decidono di applicare gli aumenti in base ad un calendario concordato (seppur variabile). In un mercato concorrenziale i concorrenti prenderebbero in considerazione la possibilità di rinunciare ad aumentare i prezzi per migliorare la loro immagine agli occhi dei consumatori.

### ***Barriere all'entrata - Espansione – Potenziale concorrenza***

605. Nella parte occidentale della Germania l'accesso al mercato e l'espansione sono assai limitati. Ciò è dovuto alle restrizioni alla proprietà, a numerosi problemi urbanistici e a specifiche leggi che limitano le possibilità di costruzione di nuovi punti vendita (enti locali). Occorre altresì notare che la maggior parte della Germania è già densamente popolata e dunque la creazione di nuovi punti vendita è più difficile e costosa. Anche le considerazioni di ordine ambientale sono un forte elemento deterrente all'entrata nel mercato e all'espansione. Le leggi ambientali sono più severe che nella maggioranza degli altri paesi europei. La cosiddetta fase II e il procedimento *liquid tight pavement* richiedono un notevole investimento, il che probabilmente determinerà un'ulteriore riduzione della rete. Il regime di agenzia che consente alle compagnie petrolifere di prolungare la gestione della stazione di servizio da parte del rivenditore costituisce una grossa barriera all'entrata di nuovi operatori. Infine i programmi di fidelizzazione e il *branding* (rappresentativi della qualità del servizio) sono considerati importanti dal consumatore tedesco e rendono l'entrata nel mercato ancora più difficile.
606. L'entrata nel mercato è stata più agevole nella parte orientale della Germania, dove è stato necessario ricostruire la rete agonizzante di Minol e i nuovi operatori non sono stati ostacolati dalla lunga durata dei contratti di vendita al dettaglio (per impianti e forniture) tipica della Germania occidentale. Poiché le *major* volevano raggiungere nella Germania orientale le stesse quote di mercato possedute nella Germania occidentale, le stazioni di servizio erano sovradimensionate (3 – 4 volte più grandi delle stazioni della Germania occidentale) con bassi volumi erogati. Attualmente le stazioni di servizio nella parte orientale sono in sovrannumero e hanno una capacità eccessiva. Di conseguenza la maggioranza delle stazioni di servizio versa in difficoltà finanziarie, soprattutto le pompe bianche. Nella parte orientale gli ipermercati hanno quote di mercato del 10-12% ma realizzano bassi volumi di erogazione e sono seriamente minacciati dalla concorrenza dei supermercati dei paesi dell'ex blocco orientale.
607. Nel suo complesso il mercato tedesco è saturo, i volumi erogati sono bassi e la domanda sembra destinata a calare. Dal 1998 sono state chiuse 600 stazioni di servizio e sono state aperte soltanto 150 nuove stazioni. Questa tendenza sembra destinata a protrarsi in futuro.

---

66. Studio Bayerische Landeskartellbehörde 1998

## **IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE - IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA**

608. L'impatto dell'operazione deve essere valutato alla luce degli elementi di cui sopra, tenendo altresì conto degli aspetti evidenziati nella sezione dedicata alle caratteristiche strutturali dei mercati della vendita al dettaglio di carburanti in generale.
609. L'operazione di concentrazione determinerà la costituzione di forti legami fra tre delle insegne di classe A. Nel complesso Aral, Esso e BP/Mobil deterranno congiuntamente il 40% del mercato della vendita al dettaglio. Le altre due insegne di classe A, Shell e DEA, controlleranno rispettivamente il 14% e il 10% del mercato.
610. La creazione di un legame fra tre dei principali concorrenti sul mercato tedesco della vendita al dettaglio di carburanti creerà per queste imprese concreti stimoli a non competere fra di loro. È improbabile che altre insegne di classe A, quali Shell o DEA, decidano di approfittare dell'assenza di concorrenza significativa da parte di Aral, Esso e BP/Mobil. In effetti, come spiegato nei suddetti considerando 591-604, il mercato tedesco è caratterizzato dall'assenza di qualsiasi concorrente effettivo che possa sfidare il predominio delle insegne di classe A e dalla quasi immediata applicazione dei prezzi imposti dalle *major*. In tale panorama concorrenziale, Shell (che da sempre punta più alla qualità che al prezzo) e DEA preferiranno realizzare margini più alti e mantenere stabili le loro quote di mercato piuttosto che realizzare margini più bassi con le stesse quote di mercato.
611. Per gli stessi motivi suindicati, è improbabile che altri concorrenti con insegne non di classe A decidano di modificare tale situazione. In primo luogo essi detengono in totale meno del 35% del mercato e nessuno di loro ha una quota di mercato superiore al 5%. Una guerra dei prezzi con le insegne di classe A sarebbe più dannosa per loro che non per queste ultime (che potrebbero ricorrere al sovvenzionamento incrociato grazie alle loro maggiori dimensioni). In secondo luogo tali operatori dipendono in una certa misura dalle insegne di classe A per quanto riguarda il loro approvvigionamento di carburanti. In terzo luogo, ad eccezione di Jet-Conoco, i loro costi sono più elevati rispetto alla maggioranza delle insegne di classe A.
612. L'operazione, quindi, porterà alla costituzione di una posizione dominante oligopolistica delle insegne di classe A, ovvero Exxon, BP/Mobil, Aral, Shell e DEA.

## LUSSEMBURGO

### PANORAMICA GENERALE

#### *Raffinazione*

613. Poiché in Lussemburgo non esistono raffinerie, l'approvvigionamento di carburanti deve essere assicurato tramite importazione dai paesi limitrofi, principalmente dalle regioni ARA attraverso mezzi di trasporto secondario, fondamentalmente treno, chiatte e automezzi pesanti. Più specificamente, un operatore che intenda importare prodotti in Lussemburgo può scegliere fra due soluzioni alternative: predisporre lo stoccaggio in uno dei terminali ubicati in Lussemburgo e acquistare partite su chiatta dai fornitori di carburante nell'area ARA, oppure consegnare partite su chiatta ad altri terminali nei paesi limitrofi e trasportare il prodotto in Lussemburgo mediante automezzi pesanti.

#### *Vendita all'ingrosso*

614. Poiché la maggioranza dei dettaglianti che operano in Lussemburgo è costituita da compagnie petrolifere integrate verticalmente, l'attività all'ingrosso è assai modesta. Per quanto riguarda la logistica, non esiste alcun rischio di preclusione a livello dei terminali disponibili per lo stoccaggio di carburanti. In Lussemburgo esistono sostanzialmente quattro terminali attivi. Uno di questi, che vanta una posizione strategica in quanto situato nel porto fluviale di Mertert (56.000m<sup>3</sup> circa), è di proprietà di una società terminalista indipendente. Date le modeste dimensioni del paese, molti depositi ubicati nei paesi limitrofi costituiscono alternative competitive e sono attualmente utilizzati da alcuni dei dettaglianti che operano in Lussemburgo.

#### *Vendita al dettaglio*

615. Il mercato della vendita al dettaglio di carburante in Lussemburgo è contraddistinto da due specifiche caratteristiche. In primo luogo la domanda di carburante è stimolata dalla politica statale di bassa tassazione dei prodotti petroliferi, che determina prezzi alla pompa inferiori a quelli praticati nei paesi limitrofi. Di conseguenza il volume di vendita è notevole, rispetto alle dimensioni del paese. Inoltre la maggioranza di queste vendite interessa clienti "non residenti" provenienti dai paesi limitrofi. In secondo luogo i prezzi alla pompa del carburante non possono superare un certo tetto imposto dal governo, che fissa i prezzi massimi alla pompa. Come è illustrato in appresso, la regolamentazione dei prezzi ha favorito l'allineamento dei prezzi alla pompa dei dettaglianti al tetto massimo fissato dal governo.

### IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA

#### *Il Lussemburgo come mercato geografico distinto*

616. Si potrebbe sostenere che il Lussemburgo non costituisca un mercato geografico distinto per via della sua posizione geografica ma le specifiche condizioni di mercato esistenti in questo paese depongono a favore di un mercato a se stante. A tale proposito vale la pena di notare che, per via del ridotto carico fiscale, all'interno della Comunità il Lussemburgo ha i prezzi al lordo di imposte più bassi in assoluto (936 USD per Mt). Rispetto ai paesi limitrofi, i prezzi del carburante in Lussemburgo si

discostano del 15% circa da quelli praticati in Germania e del 40% dai prezzi applicati in Francia (cfr. tabella di cui sopra).

### ***Struttura del mercato***

617. Sul fronte dell'offerta, il contesto concorrenziale è caratterizzato dalla presenza di alcune compagnie petrolifere integrate verticalmente con attività di vendita al dettaglio. Cinque operatori detengono ciascuno più del 10% del mercato e altri due operatori hanno una quota di mercato superiore al 5%. Nessuno di loro gode di vantaggi significativi in termini di accesso alle fonti di approvvigionamento, in quanto in Lussemburgo non esistono raffinerie. Tuttavia date le dimensioni ridotte del paese e la relativa prossimità ad alcune importanti regioni di raffinazione (ARA), i dettaglianti possono procurarsi il carburante e approvvigionare la loro rete senza costi supplementari rispetto alla media europea. In Lussemburgo ipermercati e supermercati non sono attivi su questo mercato. I dettaglianti indipendenti occupano una posizione assai marginale.
618. La situazione pre-concentrazione è illustrata in appresso. La tabella sotto riportata mostra una stima delle quote di mercato (in volume) delle parti e dei loro concorrenti negli ultimi cinque-sei anni.

Lussemburgo	1994	1995	1996	1997	1998	Giu 1999
Shell	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Aral	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Exxon	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Q8	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
Texaco	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Total	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*
BP/Mobil	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

619. Il mercato appare moderatamente concentrato. Shell è leader di mercato con il [20-30]\*%, seguita da Aral con circa il [10-20]\*% e poi da Total che, in seguito alla fusione con Fina, ha portato la sua quota di mercato al [10-20]\*% circa. Exxon è un operatore di medio calibro, con una quota del [10-20]\*%. BP ha una minima quota pari al [0-10]\*%. Il CR4 pre-concentrazione è quasi del 70%.
620. Quanto all'andamento delle quote di mercato, il mercato mostra una certa evoluzione a livello di operatori minori (dovuta probabilmente alle modeste quantità in questione), mentre la posizione dei principali operatori rimane piuttosto stabile nel tempo. Più specificamente, in un periodo di cinque anni Total ha raddoppiato la sua quota di mercato (senza contare la fusione con Fina), mentre sia BP sia Texaco hanno registrato un calo delle vendite pari a circa il [...]%. Viceversa è aumentata la stabilità dei principali operatori sul mercato, ovvero Shell, Aral Exxon e Q8. [...]\*
621. Prendendo a riferimento un orizzonte temporale più limitato (tre o quattro anni), la staticità del mercato appare ancora più accentuata. Ad eccezione di Total, che di recente ha realizzato un'operazione di fusione con Fina, le variazioni delle quote di mercato sono assolutamente insignificanti.



622. È inoltre utile misurare la posizione di mercato dei vari operatori con riferimento al numero di stazioni di servizio.

Lussemburgo	1994	1995	1996	1997	1998
Shell	55	59	58	52	
Aral	51	52	53	50	
Exxon	34	31	30	30	29
Q8	56	52	52	48	
Texaco	29	23	22	22	
Total	15	15	15	16	34
Fina	21	19	19	18	
BP/Mobil	1	3	2	3	
Totale del settore	293	272	275	261	

623. I dati del 1997 mostrano che tre operatori hanno un analogo numero di siti, ovvero Shell, Aral e Q8, rispettivamente con 52, 50 e 48 stazioni di servizio. Total/Fina e Exxon hanno rispettivamente 34 e 30 stazioni di servizio. BP possiede soltanto tre stazioni. In termini di evoluzione nel tempo, anche in questo caso la stabilità è piuttosto accentuata. Fra i principali operatori, il cambiamento più importante riguarda Q8, che registra il maggiore calo, con una riduzione di 8 stazioni in 5 anni. Q8 è seguita da Exxon, che ha ridotto di 5 siti il numero totale di stazioni di servizio nell'arco di cinque anni.

624. Sorprende inoltre notare che il numero complessivo di siti è estremamente elevato se si considerano le dimensioni del paese. Come illustrato in appresso, una tale concentrazione di stazioni di servizio su un territorio così ridotto sembra indicare che un'ulteriore espansione in termini di nuovi siti è improbabile.

625. Nel complesso dalle considerazioni di cui sopra emerge che, negli ultimi anni, il mercato della vendita al dettaglio di carburanti in Lussemburgo è rimasto alquanto statico con sette operatori principali (Shell, Aral, Exxon, Q8, Texaco, Total/Fina e BP/Mobil) e che non si sono verificati cambiamenti drastici. La domanda è rimasta piuttosto fiacca nell'arco di cinque anni. I concorrenti hanno più o meno mantenuto la loro posizione.

### ***Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi***

#### Costi

626. Un fattore determinante per la redditività di una rete di vendita al dettaglio è costituita dal volume erogato. Maggiore è il volume erogato, minori saranno i costi di esercizio medi delle stazioni di servizio. Al fine di operare un raffronto fra gli operatori sul piano dei costi, la tabella che segue mostra il volume di erogazione medio per sito dei vari operatori negli ultimi cinque anni.

Volume di erogazione	1994	1995	1996	1997	1998

medio per sito – m <sup>3</sup>					
Shell	4394	4318	4051	4849	
Aral	3915	4210	3741	4197	
Exxon	3470	4370	4732	5057	6795
Q8	1929	2174	2150	2542	
Texaco	4976	5695	4895	4988	
Total	2990	4486	5875	6609	
BP/Mobil	10272	30502	27741	14486	

627. Prendendo a riferimento il 1997, per il quale si dispone di dati completi, occorre osservare che BP ha un volume erogato nettamente superiore a quello dei concorrenti. Ciò è tuttavia dovuto al fatto che BP possiede soltanto tre impianti di grosse dimensioni. Quanto agli altri dettaglianti, Total ha il maggiore volume erogato, con 6609m<sup>3</sup> per stazione (anche se tale dato si riferisce alla situazione precedente alla fusione con Fina), seguita da Exxon con 5 057m<sup>3</sup> (6 795 m<sup>3</sup> nel 1998), Texaco e Shell con un volume di erogazione medio analogo, ovvero 4 900 m<sup>3</sup>. Il volume di erogazione più basso è realizzato da Q8, con 2 542m<sup>3</sup> per sito.

628. Tuttavia in termini generali si può affermare che il volume di erogazione medio nel settore è molto elevato in Lussemburgo rispetto alla media registrata in altri paesi.

Confronto fra volumi di erogazione medi	Austria	Germania	UK	Paesi Bassi	Lussemburgo
	1422	2932	2577	2502	4372

629. Nel settore si ritiene che un volume di erogazione medio di oltre 3 000/3 500 m<sup>3</sup> per sito permetta a un dettagliante di raggiungere una scala efficiente minima in modo da coprire i costi fissi. A tale riguardo uno studio interno condotto dalle parti mostra che una normale stazione di servizio raggiunge una scala efficiente se genera un volume erogato di circa [...] m<sup>3</sup> e realizza un margine lordo di [...] centesimi al litro. Partendo da questo presupposto, è evidente che nessuno dei principali operatori gode di un vantaggio significativo, rispetto agli altri concorrenti, in termini di costi di esercizio per sito.

### Prezzi

630. Per valutare appieno il contesto concorrenziale esistente sul mercato della vendita al dettaglio di carburanti in Lussemburgo, vale la pena di confrontare gli andamenti dei prezzi al netto di imposte nei paesi interessati dall'operazione.

Prodotto: Benzina per autotrazione venduta al minuto - Prezzo alla pompa

Regione	Prezzo medio per tonnellata metrica (USD)		
	1996	1997	1998

	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.
Austria	1.438	491	1.288	457	1.193	390
Belgio	1.500	398	1.389	370	1.312	313
Francia	1.524	285	1.384	278	1.391	266
Germania	1.400	354	1.222	334	1.174	279
Lussemburgo	1.148	401	1.028	383	936	321
Paesi Bassi	1.579	428	1.447	406	1.405	347
Regno Unito	1.271	270	1.397	300	1.487	271

Prodotto: Diesel venduto al minuto - Prezzo alla pompa

Regione	Prezzo medio per tonnellata metrica (USD)					
	1996		1997		1998	
	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.	Tasse incl.	Tasse escl.
Austria	1.014	407	900	369	820	314
Belgio	981	363	860	324	784	264
Francia	937	255	856	239	854	220
Germania	955	334	822	294	762	234
Lussemburgo	832	333	739	305	659	247
Paesi Bassi	1.003	366	903	329	842	271
Regno Unito	1.044	249	1.194	266	1.278	228

631. Come si evince dalla tabella di cui sopra, in Lussemburgo i prezzi al netto di imposte sono scesi negli ultimi tre anni (da 401 USD per MT nel 1996 a 321 USD per MT nel 1998) ma questo calo è essenzialmente dovuto alla diminuzione del prezzo del greggio. In generale i prezzi ante imposte rientrano nella media dei prezzi comunitari.

632. Vale inoltre la pena di confrontare i margini lordi nei paesi interessati dall'operazione. I margini lordi Exxon sono utilizzati come indice dei margini lordi medi del settore.

Margini lordi – 1998 – USD per tonnellata - benzina	Austria	Germania	UK	Paesi Bassi	Francia	Lussemburgo
						[...]*

633. Come è evidente dalla suddetta tabella, pur non raggiungendo i livelli dei Paesi Bassi e dell'Austria i margini lordi in Lussemburgo sono comunque molto elevati rispetto ai margini francesi, che secondo le parti sarebbero fra i più compressi dalla concorrenza in Europa. In termini percentuali, i margini in Lussemburgo sono circa [...]\* rispetto ai margini francesi. Non esistono particolari costi aggiuntivi, correlati alle caratteristiche del territorio lussemburghese, che possano spiegare queste differenze. La tabella che segue riporta un confronto fra i paesi summenzionati per quanto riguarda i costi di trasporto e di consegna Exxon e “altri costi all'ingrosso” di Exxon.

1998 - USD per tonnellata	Austria	Germania	UK	Paesi Bassi	Francia	Lussemburgo
Costi di trasporto e consegna	[...]*					
Altri costi all'ingrosso	[...]*					

634. Dalla tabella di cui sopra emerge che i costi di trasporto e consegna rientrano perfettamente nella media europea. Per contro gli “altri costi all'ingrosso” sono notevolmente più elevati in Lussemburgo rispetto alla Francia. Tuttavia queste differenze non spiegano del tutto il differenziale esistente fra Lussemburgo e Francia a livello di margini lordi. Più specificamente, anche deducendo questi costi extra, i margini in Lussemburgo sono ancora [...] \* circa al di sopra dei margini lordi in Francia. Dato che le stazioni di servizio in Lussemburgo realizzano volumi di erogazione medi più alti (e dunque probabilmente hanno costi medi più bassi) rispetto alle stazioni di servizio francesi e vista l'omogeneità de prodotto carburante, tali margini elevati sembrerebbero suggerire un notevole deficit di concorrenza sul mercato.

#### Caratteristiche specifiche del mercato lussemburghese - Regolamentazione dei prezzi

635. Una caratteristica specifica del mercato lussemburghese è il fatto che lo Stato fissa un prezzo massimo per qualità di carburante. Più specificamente, è il Ministero degli affari economici ad applicare un regime di prezzi massimi all'ingrosso e al dettaglio. Concettualmente, la formula dei prezzi massimi si basa su quattro principali elementi: **(i)** quotazioni sul mercato cargo; **(ii)** un margine base (all'ingrosso) per la compagnia petrolifera fornitrice; **(iii)** una compensazione aggiuntiva a fronte dei vari costi (costi del trasporto ferroviario, costi di stoccaggio obbligatori e investimenti ambientali); e **(iv)** un margine per il rivenditore.
636. Le variazioni dei prezzi si verificano per la maggior parte a seguito di variazioni dei prezzi sul mercato cargo e non determinano alcuna modifica dei margini contenuti nella formula. Il margine (all'ingrosso) ufficiale, basato sui prezzi massimi effettivi prevalenti, è calcolato quotidianamente dal Ministero (e dagli operatori del settore). Questi calcoli includono le imposte sui consumi e l'IVA. Se dal momento in cui sono fissati i prezzi massimi prevalenti si verifica un aumento dei prezzi sul mercato cargo, i margini effettivi per gli operatori del settore scenderanno al di sotto dei margini base definiti, mentre se i prezzi sul mercato cargo diminuiscono si avrà l'effetto opposto, ovvero i margini effettivi saliranno al di sopra dei margini base. Anche le fluttuazioni dei tassi di cambio provocheranno variazioni dei margini effettivi rispetto ai margini base, in quanto i prezzi massimi sono espressi nella valuta locale. Sono proprio tali scostamenti a determinare variazioni dei prezzi massimi. Il Ministero opera partendo dal presupposto che le modifiche dei prezzi massimi sono giustificate se il differenziale fra i margini massimi e i margini effettivi (calcolati) per un determinato prodotto supera 0,25 LUF al litro per 10 giorni consecutivi oppure 0,4 LUF al litro per oltre 2 giorni consecutivi. Tuttavia le modifiche dei prezzi massimi sono sempre soggette all'approvazione del governo e dunque non sono immediatamente successive a tali periodi di scostamento dei prezzi. Gli operatori del settore - e il Ministero - tengono sotto osservazione le variazioni dei margini al di sopra o al di sotto del

livello dei margini base (causate dalle oscillazioni sul mercato cargo e dalle fluttuazioni dei tassi di cambio). La perdita di margine è solitamente compensata mediante il rinvio intenzionale della riduzione dei prezzi massimi quando i prezzi sul mercato cargo scendono, mentre l'aumento del margine è compensato ritardando il rialzo dei prezzi massimi quando i prezzi sul mercato cargo aumentano.

637. Può inoltre verificarsi, su richiesta degli operatori del settore, un adeguamento della formula di determinazione del prezzo. In tal caso l'associazione dell'industria petrolifera locale deve richiedere che vengano aumentati i margini sui prezzi. Tuttavia le variazioni dei prezzi che includono o derivano da un aumento del margine sono rare rispetto a quelle che riflettono le oscillazioni sul mercato cargo e le fluttuazioni dei cambi. A tale riguardo si noti che negli ultimi 12 mesi fino al giugno 1999 i prezzi massimi della benzina sono stati modificati 12 volte e quelli del diesel 11 volte. Le ultime variazioni dei margini risalgono all'agosto 1998.
638. Sebbene sia indubbio che l'intervento del governo nel fissare i prezzi massimi costituisce un fattore di distorsione del buon funzionamento del mercato, dall'altro lato tale intervento non impedisce ai dettaglianti di competere fra loro praticando prezzi al di sotto del tetto imposto dallo Stato. In realtà, però, la maggioranza dei concorrenti applica il prezzo di vendita massimo stabilito dal governo, concedendo raramente sconti irrilevanti.
639. In sostanza i dettaglianti allineano i loro prezzi al prezzo fissato dal governo e difficilmente se ne discostano. Dall'indagine condotta dalla Commissione risulta che, fra tutti i dettaglianti di carburante, attualmente pochi gestori vendono carburante a prezzo scontato: alcuni gestori di pompe bianche praticano attualmente un prezzo che è fra 0,1 e 0,4 F/litro inferiore ai prezzi massimi e alcune stazioni di servizio a insegna, in particolare Total e **Exxon**, applicano un prezzo che è di 0,1F/litro al di sotto del prezzo massimo imposto.
640. In sintesi, attualmente il gioco della concorrenza non sembra funzionare correttamente. In pratica la concorrenza è minima fra i sette maggiori dettaglianti di carburante, i quali adeguano sistematicamente i propri prezzi alla pompa al prezzo massimo fissato dal governo.

#### ***Ostacoli all'entrata – Espansione - Potenziale concorrenza***

641. Oltre agli ostacoli all'entrata che sono comuni a tutti gli operatori del settore, il principale ostacolo all'entrata di un nuovo operatore nel mercato lussemburghese della vendita al dettaglio di carburanti è rappresentato dalla saturazione del mercato in termini di numero di stazioni di servizio. Tale saturazione riduce notevolmente la possibilità di costituire nuovi punti vendita.
642. Quanto all'eventuale entrata di concorrenti agguerriti nel mercato lussemburghese, si noti che in Lussemburgo nessun supermercato dispone di un'area di servizio. Inoltre gli ostacoli al loro futuro ingresso nel mercato sembrano essere insormontabili. In primo luogo in Lussemburgo tanto il governo centrale quanto gli enti locali hanno leggi e norme molto severe per quanto riguarda la concessione delle licenze. In secondo luogo l'accesso a proprietà ad uso commerciale è limitato a causa delle ridotte dimensioni del paese. In terzo luogo, le proprietà commerciali disponibili sono molto costose. In quarto luogo il Lussemburgo è un paese troppo piccolo per potere sostenere una notevole espansione dei supermercati. Infine in Lussemburgo la

domanda di carburante è costituita dagli stranieri in transito nel paese che sono allettati dai prezzi bassi. È evidente che questa domanda non può essere catturata dagli ipermercati.

#### **IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE– IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA**

643. L'impatto della presente operazione deve essere valutato alla luce degli elementi sopra descritti, tenendo conto degli aspetti evidenziati nella sezione dedicata alle caratteristiche strutturali dei mercati della vendita al dettaglio di carburanti in generale.
644. Nella situazione attuale, e nonostante la presenza di sette principali operatori, sul mercato lussemburghese della vendita al dettaglio di carburanti la concorrenza a livello di prezzi è molto ridotta. Per via di un prezzo massimo fissato dal governo, nella maggioranza dei casi i rivenditori di carburanti allineano i propri prezzi alla pompa al prezzo massimo imposto ed evitano di competere fra loro. I margini garantiti dalla formula statale sono generosi e inoltre consentono ai dettaglianti più inefficienti di rimanere sul mercato senza subire concorrenza. Di fatto sono pochissimi gli operatori che si discostano dal prezzo fissato dal governo, che dunque funziona come un prezzo di cartello a cui fare riferimento. Infatti i prezzi alla pompa variano non per iniziativa di uno qualsiasi degli operatori ma soltanto in seguito agli aggiustamenti decisi dal governo.
645. Tuttavia anche se è indubbio che le dinamiche di concorrenza sono distorte dalla regolamentazione statale, che fissa un prezzo alla pompa massimo, di fatto potrebbe instaurarsi una concorrenza al di sotto del tetto fissato. Invece i dettaglianti di carburante preferiscono evitare ogni concorrenza a livello di prezzi. In sintesi, finora il mercato sembra caratterizzato da un notevole deficit di concorrenza.
646. Anche se, come risultato diretto dell'operazione, la nuova entità avrà il controllo congiunto di un operatore di piccolo calibro (Exxon [10-20]\*% e BP/Mobil [0-10]\*%), sarebbe tuttavia necessario tenere conto del legame esistente fra Mobil e Aral, che è il concorrente numero due in Lussemburgo, con una quota di mercato del [10-20]\*%.
647. Sulla base di tali presupposti, l'operazione è destinata a incrementare notevolmente il grado di concentrazione del mercato, in quanto i tre operatori Exxon/Mobil, BP/Mobil e Aral controlleranno circa il [30-40]\*% del mercato.
648. L'aspetto più importante è che l'operazione cambierà la struttura dell'oligopolio, in quanto porterà alla costituzione di una nuova aggregazione di operatori dotati di un notevole potere di mercato. Di conseguenza il mercato sarà contraddistinto dalla presenza di un nucleo predominante di operatori, ovvero Exxon-BP/Mobil-Aral, da una seconda forza rappresentata da Shell e da una serie di operatori che “si adegueranno”. A tale riguardo, in seguito all'operazione l'oligopolio attuale sarà molto più forte e dunque la possibilità di concorrenza fra i vari operatori sul mercato diventerà ancora più remota. Dato l'assetto che il mercato assumerà dopo la concentrazione, nessuna mossa concorrenziale potrà essere messa in atto senza scatenare una reazione incisiva e diffusa. Ad esempio se il governo dovesse innalzare o addirittura eliminare l'attuale tetto sui prezzi, l'operazione renderebbe ancora più improbabile l'adozione di un comportamento più competitivo da parte di un

operatore, giacché tale comportamento avrebbe maggiori probabilità di scatenare una reazione incisiva e diffusa. Analogamente qualsiasi potenziale nuovo operatore sarebbe confrontato ad un'ostilità più accesa e diffusa da parte degli operatori attualmente presenti sul mercato.

649. Alla luce di quanto precede, è evidente che l'operazione porterà alla creazione o al rafforzamento della posizione dominante collettiva di Shell, Aral, Exxon, Q8, Texaco, TotalFina e BP/Mobil, con il risultato che la concorrenza effettiva nel mercato comune sarà ostacolata in modo significativo.

## PAESI BASSI

### PANORAMICA GENERALE

650. I Paesi Bassi sono uno dei paesi dell'Unione maggiormente interessati dall'operazione per quanto riguarda la vendita al dettaglio di carburanti. Sono presenti due categorie di operatori, ovvero le grandi compagnie petrolifere integrate (Shell, Exxon, BP/Mobil, Texaco, TotalFina e Q8) e i dettaglianti non integrati indipendenti, con o senza insegna. Il mercato della vendita al dettaglio è molto concentrato, in quanto le grandi compagnie petrolifere rappresentano oltre l'[80-90]\*% dei volumi scambiati, mentre la quota residua è ripartita fra gli operatori indipendenti. A differenza di altri mercati nazionali, in particolare il Regno Unito e la Francia, nei Paesi Bassi nessun supermercato è attivo nella vendita al dettaglio di carburanti. L'approvvigionamento all'ingrosso di carburanti è organizzato a livello locale. I dettaglianti integrati e non integrati approvvigionano le loro reti di vendita al dettaglio presso una delle cinque raffinerie locali (Shell, Exxon, Total, BP-Texaco e Q8). Il numero di stazioni di servizio è diminuito negli ultimi anni (3 980 stazioni di servizio nel 1997, con un volume medio di vendita pari a 2 502 m<sup>3</sup>, uno dei più bassi fra quelli registrati nei mercati rilevanti presi in esame). I prezzi alla pompa sono fra i più elevati. La politica del governo in materia di urbanistica e di concessione delle licenze è una delle più rigide fra quelle vigenti nei mercati rilevanti presi in esame, il che rende improbabile l'ampliamento della rete di vendita al dettaglio. Data la topografia del paese (terreno soffice assorbente), le leggi ambientali sono fra le più severe dell'Unione e provocano di conseguenza un incremento dei costi di esercizio.

#### *Raffinazione*

651. Le grandi compagnie petrolifere (Shell, Exxon, BP/Mobil, Texaco, TotalFina e Q8) sono le principali fonti di approvvigionamento di carburanti e gestiscono le cinque raffinerie presenti sul territorio, come è illustrato nella tabella che segue. Una sesta raffineria ubicata ad Amsterdam appartiene a Smith & Hollander e non produce carburanti per autotrazione, bensì soltanto prodotti per l'asfalto.

#### **Capacità di raffinazione nei Paesi Bassi (1997)**

Raffineria	Proprietario	Beneficiari	Capacità di raffinazione Migliaia di barili per giorno solare
Europoort-Pernis	NL Refining Co	Texaco (35%) BP/Mobil (65%)	399
Pernis	Shell	Shell (100%)	374
Rotterdam	Esso Nederland BV	Exxon (100%)	180
Rotterdam	Kuwait Petroleum	Q8 (100%)	76
Vlissingen	Total Raffinaderij	Total (55%) Dow (45%)	148

*Roland Berger & Partners GmbH, 1997*

#### *Vendita all'ingrosso*

652. I Paesi Bassi sono esportatori netti di prodotti petroliferi. I carburanti destinati alla rete di vendita al dettaglio sono approvvigionati localmente da una delle suddette



raffinerie. Le *major* petrolifere sono dunque i maggiori fornitori all'ingrosso di carburanti e vendono i loro prodotti o attraverso le loro strutture di marketing o tramite operatori indipendenti, che rivendono poi il prodotto sul mercato al dettaglio.

### ***Vendita al dettaglio***

653. A livello di dettaglio esistono due categorie di operatori, ovvero da un lato tutte le grandi compagnie petrolifere integrate e, dall'altro lato, una serie di dettaglianti indipendenti non integrati. Come precisato nel precedente considerando, i dettaglianti indipendenti acquistano praticamente tutto il loro carburante da uno o più dei suddetti raffinatori.
654. Gli ipermercati non sono attivi nella vendita al dettaglio di carburanti. Ciò è principalmente dovuto alla rigida politica ambientale imposta dal governo alle stazioni di servizio e al fatto che, in generale, i supermercati nei Paesi Bassi non dispongono di ampie aree antistanti in cui allestire stazioni di servizio, a differenza di quanto accade, ad esempio, in Francia o nel Regno Unito. Dalle informazioni raccolte è emerso che fino a 15 anni fa i supermercati operavano nel comparto della vendita al dettaglio di carburanti ma dovevano fare fronte a crescenti costi e oneri ambientali e dunque hanno deciso di uscire dal mercato (Exxon, ad esempio, ha acquistato 15 stazioni da Miro, una catena di supermercati e poi le ha chiuse tre anni dopo). In base alla politica olandese di concessione delle licenze, quando una stazione di servizio viene chiusa, il proprietario perde la licenza. Pertanto gli operatori che sono usciti dal mercato negli anni passati hanno scarse probabilità di farvi rientro visto l'attuale regime di attribuzione delle licenze.

## **IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA**

### ***Struttura del mercato***

655. Le caratteristiche del mercato sono tali da condurre alla costituzione di una struttura oligopolistica fra le *major* integrate. Malgrado l'asimmetria delle posizioni di mercato, la stabilità delle quote di mercato e le evidenti caratteristiche comuni a tutte le *major* petrolifere (integrazione verticale, strutture dei costi analoghe a livello di raffinazione, di vendita all'ingrosso e di vendita al dettaglio, analogo rendimento degli investimenti di capitale) riflettono un mercato in cui i livelli dei margini e dei prezzi sono indipendenti dalle dinamiche di concorrenza dell'area ARA.
656. Shell è il principale operatore ed occupa il primo posto sul mercato nazionale. Dalle informazioni raccolte emerge che la sua predominanza sul mercato olandese è dovuta a motivi storici connessi all'aver scoperto, insieme a Exxon, il giacimento di gas naturale di Groningen. Le due società sono state incoraggiate dallo Stato a reinvestire nei Paesi Bassi i proventi ottenuti dallo sfruttamento del giacimento. Shell ha reinvestito tali proventi nel settore *downstream*, costruendo nuove raffinerie e una vasta rete di distribuzione<sup>67</sup>. Nel 1998 Shell deteneva sul mercato al dettaglio una quota del [30-40]\*%.
657. Dopo Shell, il maggiore operatore è BP/Mobil, che controlla il [10-20]\*% del mercato al dettaglio, seguita da Texaco, Exxon e TotalFina, con quote di mercato

---

67. [...]\*

nell'ordine del [10-20]\*%, e da Q8, con una presenza meno rilevante sul mercato al dettaglio. Queste società controllano circa l'[80-90]\*% del mercato, lasciando così la porzione residua a dettaglianti indipendenti e pompe bianche, la cui caratteristica principale, che distingue tali operatori dalle grandi compagnie petrolifere, è l'assenza di integrazione verticale e la conseguente dipendenza dagli approvvigionamenti delle *major*.

#### Quote del mercato al dettaglio 1998

Shell	BP/Mobil	Exxon	Texaco	TotalFina	Q 8	Indies
[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%

*Dati forniti dalle parti*

658. La stabilità delle quote di mercato negli ultimi anni riflette la mancanza di una concorrenza sostenuta e l'assenza di nuovi operatori sul mercato. Nel complesso non si sono registrate fluttuazioni di rilievo nelle posizioni concorrenziali dei vari concorrenti. La tabella che segue riporta l'andamento delle quote del mercato al dettaglio negli ultimi cinque anni.

#### Andamento delle quote di mercato

	1994	1995	1996	1997	1998
SHELL	[20-30%]*	[30-40%]*	[30-40%]*	[30-40%]*	[30-40%]*
MOBIL	[0-10%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	0,00%	0,00%
BP	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
TEXACO	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
ESSO	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*
TOTAL	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
FINA	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
Q8	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*
Indipendenti	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*

*Dati forniti dalle parti*

659. Le suddette posizioni di mercato si riflettono anche nella distribuzione dei punti vendita sul territorio nazionale. Il mercato al dettaglio è dominato dai grandi raffinatori, che controllano oltre il 75% delle attuali stazioni di servizio. Nonostante negli ultimi anni si sia registrato un calo nel numero di impianti in esercizio dovuto alla razionalizzazione ambientale e a politiche urbanistiche restrittive, le *major* sono riuscite a sviluppare ulteriormente la propria rete a scapito dei dettaglianti indipendenti.

#### Numero di stazioni di servizio nei Paesi Bassi

	<b>Fine 94</b>	<b>Fine 95</b>	<b>Fine 96</b>	<b>Fine 97</b>
--	----------------	----------------	----------------	----------------

Shell	770	770	750	745
Mobil	375	470	450	0
BP	300	300	300	750
Texaco	555	551	555	557
Esso	395	395	390	390
Total	185	180	190	185
FINA	170	170	172	185
Q8	200	200	190	190
<b>Totale raffinatori</b>	<b>2950</b>	<b>3036</b>	<b>2997</b>	<b>3002</b>
Avia (indipendente)	185	185	190	190
Altri operatori indipendenti	1010	829	813	788
<b>Numero totale di stazioni di servizio</b>	<b>4145</b>	<b>4050</b>	<b>4000</b>	<b>3980</b>
Volume totale (migliaia di metri cubi)	8846	9097	9443	9957
Volume medio nel settore (metri cubi)	2949	3237	3373	3078

*Dati forniti dalle parti*

### ***Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi***

#### Costi

660. Inoltre i grandi raffinatori non soltanto registrano i maggiori volumi di vendita di carburanti sul mercato al dettaglio ma ottengono tale risultato nel modo più efficace sul piano dei costi, realizzando il maggiore volume per sito. La tabella che segue riporta i volumi medi erogati dalle *major* e dagli operatori indipendenti nei Paesi Bassi.

	Volume di erogazione medio (m <sup>3</sup> )			
	1994	1995	1996	1997
SHELL	3395	3629	3884	4218
MOBIL	2256	2026	2233	
BP	2574	2519	2595	2426
TEXACO	1922	2024	2149	2311
ESSO	2424	2348	2463	2776
TOTAL	2262	2582	2546	2728
FINA	2261	2161	2286	2308
Q8	1636	1559	1641	1537
Operatori indipendenti	1221	1389	1401	1433
Media del settore	2134	2246	2361	2502

661. Nel 1997 il volume di erogazione medio delle grandi compagnie petrolifere era quasi il doppio del volume medio realizzato dagli operatori indipendenti. In seguito alla

concentrazione, tale differenziale crescerà ulteriormente. Questa differenza nei volumi erogati trova spiegazione in due motivi principali: le maggiori dimensioni dei punti vendita gestiti sotto le insegne delle *major* (e quasi esclusivamente le grandi stazioni di servizio situate lungo le autostrade) e l'ubicazione strategica della maggioranza delle loro stazioni. In base ad una relazione commissionata dal governo olandese, le grandi compagnie petrolifere sono riuscite, grazie alle loro disponibilità finanziarie, a costruire e gestire stazioni di maggiori dimensioni site in punti strategici. Inoltre queste società sono riuscite, storicamente, a costituire una vasta rete di stazioni ad alto volume di erogazione lungo le autostrade olandesi. Fino al 1994 le concessioni erano assegnate alle *major* in base alle loro quote di mercato. Essendosi dimostrata eccessivamente restrittiva, tale politica di concessione delle licenze era stata abbandonata e sostituita da una politica in base alla quale le nuove concessioni erano attribuite al migliore offerente per un periodo di tempo illimitato.

662. Un maggior volume erogato riduce la base dei costi del dettagliante. In tal senso è ovvio che le *major* possono prevedere margini di utile più cospicui rispetto ai dettaglianti indipendenti. Anche se i loro margini lordi assoluti possono essere simili, i loro costi relativi sono diversi. Le *major*, infatti, riescono a ripartirli su un fatturato più consistente. Tale situazione favorisce la costituzione di economie di scala nella rete di vendita al dettaglio delle grandi compagnie. I loro margini di utile aumentano perché aumenta il loro fatturato. Come segnalato dal governo olandese e peraltro indicato dall'indagine di mercato, nell'attuale contesto concorrenziale, in cui si prevede che non saranno molte le nuove licenze concesse, le economie di scala possono costituire una condizione indispensabile perché un operatore riesca a sopravvivere sul mercato. Il restringimento della rete degli indipendenti potrebbe spiegarsi, in gran parte, con l'assenza di economie di scala nell'ambito di reti di vendita e stazioni di servizio di dimensioni minori.

### Prezzi

663. Nei Paesi Bassi i prezzi sono elevati rispetto ai prezzi dei carburanti dell'area ARA. Sebbene i prezzi franco raffineria siano allineati ai livelli Platt's, i prezzi e i margini all'ingrosso e al dettaglio risultano essere spropositatamente più elevati. Di conseguenza i prezzi alla pompa sono più alti rispetto a quelli praticati sui mercati limitrofi che rientrano nello stesso contesto di approvvigionamento. Ad esempio negli ultimi cinque anni i prezzi alla pompa erano fino al 40% più alti che in Francia, mercato che, secondo le parti, è fra i più compressi dalla concorrenza in Europa. La seguente tabella mostra che nel 1998 i prezzi all'ingrosso e alla pompa nei Paesi Bassi erano più alti che in altri mercati limitrofi allineati alle quotazioni ARA di Platt's.

	<b>Paesi Bassi</b>	<b>Francia</b>	<b>Regno Unito</b>	<b>Germania</b>
Prezzi alla pompa	1	0,7	0,72	0,75
Prezzi all'ingrosso	1	0,84	0,88	0,9

664. Tale differenza non dipende da livelli più alti dell'IVA o delle imposte sui consumi applicabili nei Paesi Bassi (la tassazione è più o meno la stessa o persino leggermente inferiore nei Paesi Bassi), bensì principalmente da margini di distribuzione lordi sostanzialmente più elevati, che infatti nello stesso periodo erano più del doppio di

quelli francesi. La seguente tabella riporta la variazione del margine lordo (prezzo all'ingrosso a confronto con prezzo al dettaglio, tasse escluse) in quattro mercati geografici limitrofi allineati alle quotazioni ARA di Platt's.

Margine lordo medio

	Paesi Bassi	Francia	Regno Unito	Germania
Diesel	[...]*			
Benzina				
Carburanti per autotrazione				

*Cifre estrapolate dai dati forniti dalle parti, allegato 7.7*

665. Queste differenze sostanziali non sono neanche da attribuire a costi maggiori. I principali componenti dei costi di distribuzione sono lo stoccaggio nei terminali e il trasporto. Nei Paesi Bassi le fonti di approvvigionamento sono numerose e ben distribuite sul territorio. Le cinque raffinerie locali approvvigionano praticamente tutto il mercato al dettaglio. Le distanze da percorrere sono piuttosto ridotte e infatti la distribuzione diretta dalla fonte di approvvigionamento ai punti vendita può essere effettuata nel giro di qualche ora. I costi di stoccaggio e altri costi di logistica sono dunque notevolmente ridotti, mentre i costi di trasporto sono simili a quelli degli altri mercati di riferimento (chiatta: 1% del prezzo all'ingrosso della benzina; treno: 2%; oleodotto: 1%; automezzo pesante: 3%).
666. Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti sostengono che i più alti margini di distribuzione nei Paesi Bassi sono in gran parte attribuibili agli alti margini sulla vendita al dettaglio di cui beneficiano non tanto le compagnie fornitrici quanto i gestori delle stazioni di servizio. Inoltre nei Paesi Bassi i dettaglianti di carburante sopportano anche costi aggiuntivi dovuti ai programmi di fidelizzazione e alla rigida normativa ambientale.
667. Anche se, come osservato sopra, è indubbio che i margini dei rivenditori nei Paesi Bassi sono fra i più alti d'Europa, è un dato di fatto che anche i prezzi e i margini all'ingrosso sono inspiegabilmente elevati in questo paese, date in particolare le caratteristiche strutturali della regione. La tabella che segue riporta un raffronto dei margini lordi Exxon meno i margini del rivenditore nei Paesi Bassi e in Francia.

Margini all'ingrosso 1998 (USD per tonnellata)	Paesi Bassi	Francia
Benzina - Margini di distribuzione lordi	[...]*	
Margini del rivenditore		
Quota residua		
Diesel - Margini di distribuzione lordi		
Margini del rivenditore		
Quota residua		

668. È evidente che i margini all'ingrosso restano nell'ordine del [...] \* più alti dei margini francesi. Questi differenziali possono difficilmente spiegarsi con gli altri costi extra adottati dalle parti (programmi di fidelizzazione e normativa ambientale) che, peraltro, dovrebbero essere per la maggior parte coperti laddove il rivenditore è proprietario della stazione di servizio.
669. In sintesi i prezzi più elevati nei Paesi Bassi indicano un deficit di concorrenza. Fondamentalmente il mercato al dettaglio olandese può sembrare non correlato alle tendenze dei prezzi prevalenti nei mercati limitrofi. I prezzi sono strutturalmente più elevati su tutto il territorio, ad eccezione di alcune zone frontaliere che sono in competizione diretta con un mercato limitrofo. Ne è un esempio la regione lungo il confine olandese-tedesco, in cui i prezzi tedeschi, più bassi, hanno influenzato i prezzi delle stazioni di servizio olandesi. È piuttosto indicativo che, per evitare il deterioramento dei margini in questa regione, il governo olandese abbia deciso di istituire un regime di compensazione a sostegno dei dettaglianti indipendenti.

### ***Ostacoli all'entrata/all'espansione – Potenziale concorrenza***

#### Ostacoli all'entrata

670. Le principali barriere all'entrata e/o all'espansione nel mercato al dettaglio olandese sono legate alla severa politica ambientale e alla conseguente politica restrittiva del governo in materia di concessioni. Secondo la relazione del governo olandese, la riduzione del numero di stazioni di servizio è stata in parte causata dagli incentivi alla chiusura che il governo ha offerto alle stazioni di servizio che non ottemperavano all'esigente normativa ambientale (prevenzione della contaminazione del suolo). Le licenze di esercizio sono concesse da autorità comunali e provinciali. In genere tali enti tendono a non concedere nuove licenze, dato che il mercato è già saturo. Quando decidono di concedere la licenza, gli enti impongono severi requisiti in termini di sicurezza e di tutela ambientale e sembrano essere più propensi a concedere nuove licenze alle *major* petrolifere piuttosto che agli indipendenti o alle pompe bianche. Dalle informazioni raccolte emerge che un operatore indipendente che richieda la licenza può anche dovere attendere fino a quattro anni prima di ottenerla, mentre le grandi compagnie petrolifere la ottengono in tempi molto più rapidi, in particolare quando i lavori relativi alle infrastrutture collaterali sono inclusi nell'offerta di appalto. Inoltre dato che gli appalti per le nuove licenze, o per la sostituzione delle vecchie licenze, sono aggiudicati al miglior offerente, le *major* sono spesso nella posizione più favorevole per espandere la propria rete.

#### Potenziale concorrenza

671. Il potenziale concorrenziale dei rivenditori indipendenti è notevolmente ridotto. Attualmente il mercato sembra avere raggiunto un punto di equilibrio in cui i prezzi sono al di sopra del livello concorrenziale. Tale contesto è vantaggioso tanto per i rivenditori integrati quanto per le imprese non integrate. Le grandi compagnie petrolifere sono attive a entrambi i livelli della catena di approvvigionamento, ovvero in qualità sia di fornitori all'ingrosso sia di rivenditori di carburante. Gli indipendenti operano soltanto come rivenditori e si approvvigionano quasi interamente dalle grandi compagnie locali, nella maggioranza dei casi in virtù di contratti di fornitura in esclusiva rinnovabili annualmente. I proventi delle grandi compagnie petrolifere integrate possono essere realizzati ai vari stadi della catena di approvvigionamento,

mentre quelli dei dettaglianti sono ottenuti soltanto a livello di dettaglio. I margini lordi all'ingrosso spettano alle *major*, a differenza dei margini al dettaglio, di cui beneficiano tanto le *major* quanto gli operatori indipendenti.

672. È chiaro che le compagnie petrolifere integrate godono di un enorme vantaggio finanziario rispetto agli indipendenti. Queste società presentano una maggiore flessibilità in caso di concorrenza a livello di prezzi. Dalle informazioni raccolte risulta che le grandi compagnie petrolifere possono offrire alla loro rete di vendita al dettaglio piani di compensazione delle perdite in caso di una guerra dei prezzi a livello locale. Grazie alle loro disponibilità finanziarie e al possesso delle fonti di approvvigionamento tali società, e in particolare Shell, hanno potuto dettare i prezzi imponendosi come *price leader*. L'indagine di mercato ha rivelato che quando i prezzi al dettaglio aumentano, i dettaglianti indipendenti si adeguano a tale rialzo, ritenendo che sia più vantaggioso incrementare il margine di utile praticando prezzi più alti anziché incrementare il volume di vendita con un margine inferiore. Poiché la maggioranza delle stazioni di servizio ha già raggiunto la massima capacità di erogazione, qualsiasi incremento del volume erogato comporterebbe un'espansione delle stazioni di rifornimento o della rete di vendita al dettaglio. Tale espansione è resa difficile da due fattori: (i) l'elevato costo marginale legato all'espansione delle stazioni di rifornimento e (ii) il fatto che le possibilità di ampliare la rete sono limitate per i motivi delineati nei considerando 670-671.
673. Le probabilità che gli operatori indipendenti scatenino una guerra dei prezzi sono decisamente minime per vari motivi. Gli indipendenti potrebbero riuscire ad incrementare il volume commerciato ma soltanto entro un certo limite. Se decidessero di lanciarsi in una guerra dei prezzi, potrebbero mettere a repentaglio i loro futuri contratti di fornitura con le *major*. Una guerra dei prezzi indetta dagli indipendenti sarebbe di durata limitata, in quanto le *major* riuscirebbero ad adeguarsi ai prezzi più bassi, senza per questo compromettere la loro solidità finanziaria. A lungo termine gli indipendenti dovranno rivolgersi ad altre fonti di approvvigionamento, ad esempio il mercato cargo. Tuttavia l'indagine ha rivelato che, in generale, i dettaglianti indipendenti sono restii a seguire questa strada. In effetti i prezzi sul mercato cargo non sono necessariamente più competitivi dei prezzi praticati dalle raffinerie locali, tanto più che per ottenere prezzi più convenienti sul mercato cargo, i volumi acquistati devono essere ingenti. Nei Paesi Bassi il volume di erogazione medio dei dettaglianti indipendenti è in genere più basso rispetto ad altri paesi limitrofi, in cui rivenditori indipendenti di dimensioni maggiori e supermercati si approvvigionano dal mercato cargo (ad esempio in Francia o in Germania). La maggioranza degli indipendenti necessita di non più di 4.000 litri per sito a settimana, mentre i prezzi sul mercato cargo sono convenienti per volumi di acquisto superiori ai 10 000 litri. Gli indipendenti, quindi, sarebbero costretti ad unirsi fra loro per effettuare acquisti congiunti. Inoltre i costi di movimentazione e stoccaggio eliminerebbero di conseguenza ogni eventuale vantaggio a livello di prezzi. I dettaglianti indipendenti hanno inoltre dichiarato che la qualità dei prodotti potrebbe non essere garantita quando gli acquisti sono effettuati sul mercato cargo. In genere essi scelgono di acquistare i prodotti dalle raffinerie locali per assicurare la qualità del prodotto e per ottenere altri vantaggi in qualità di clienti abituali. Di conseguenza i dettaglianti indipendenti si adeguano ai prezzi fin tanto che i loro margini al dettaglio non sono ridotti al minimo. In tal caso potrebbero contemplare la possibilità di uscire dal mercato, solitamente vendendo le loro stazioni di servizio ad una delle *major*.

674. Le scarse probabilità di una potenziale concorrenza da parte degli indipendenti possono essere esemplificate nel seguente *case study*, citato nella relazione del governo olandese. Le autorità locali della città di Almere hanno convinto una pompa bianca a entrare nel mercato locale (facilitando la procedura di ottenimento della licenza) in modo da spezzare l'oligopolio locale delle stazioni di servizio esistenti. In cambio della licenza, l'operatore si è impegnato a praticare un prezzo al dettaglio inferiore del 4% al prezzo dei concorrenti più vicini.
675. La stazione di servizio in questione è stata installata in prossimità di 3 stazioni di servizio già in funzione. Altre 6 stazioni di servizio erano ubicate un po' più distanti ma sempre entro i confini di Almere. Tutte le stazioni di servizio esistenti recavano le insegne delle *major*.
676. Il primo anno la pompa bianca ha realizzato un fatturato consono, come pure le tre stazioni di servizio che, emulando il nuovo arrivato, avevano ridotto i prezzi. Il volume di vendita ad Almere non era aumentato durante quel periodo e di conseguenza le 6 stazioni di servizio che non si erano adeguate alle riduzioni di prezzo hanno visto calare la loro quota di mercato. Dopo un anno tutte le 9 stazioni di servizio praticavano lo stesso prezzo della pompa bianca.
677. Dopo il primo anno la pompa bianca ha esercitato una maggiore pressione riducendo il prezzo del 7%, del 9% e una volta addirittura del 12%. Ad ogni riduzione, i concorrenti si adeguavano immediatamente al nuovo prezzo. Anche quando la pompa bianca ha aumentato i prezzi, ogni stazione di servizio ha fatto altrettanto. In altri termini la pompa bianca si era trasformata da nuovo operatore a *price leader*.
678. In questo esempio, poiché tutte le stazioni di servizio praticavano il medesimo prezzo, la pompa bianca avrebbe potuto incrementare il volume d'affari soltanto sfruttando l'avviamento che aveva costituito in questo mercato locale. Sebbene la pompa bianca fosse apprezzata per la sua combattività sul fronte dei prezzi, l'effetto avviamento è svanito dopo un certo lasso di tempo. Quando il rivenditore ha ridotto il prezzo del 12%, è riuscito a malapena a chiudere i conti in pareggio. Le stazioni di servizio delle *major*, invece, sono riuscite ad adeguarsi rapidamente al calo di prezzo in quanto ricevevano dalle compagnie petrolifere un indennizzo per fare fronte al ridotto margine di distribuzione. La pompa bianca, dunque, era in competizione non con le stazioni di servizio locali bensì con le compagnie petrolifere. A quel punto il prezzo del carburante ad Almere è tornato ai livelli precedenti l'entrata della pompa bianca nel mercato. Nello stesso momento la pompa bianca ha deciso di vendere l'attività alla compagnia petrolifera che avesse offerto di più.
679. Alla luce di quanto precede, è possibile concludere che la potenziale concorrenza da parte dei dettaglianti indipendenti non può esercitare una notevole pressione sulle grandi compagnie petrolifere.

#### **IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE – IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA**

680. L'impatto dell'operazione deve essere valutato alla luce degli elementi di cui sopra, tenendo conto degli aspetti evidenziati nella sezione dedicata alle caratteristiche strutturali dei mercati della vendita al dettaglio di carburanti in generale.



681. In seguito all'operazione la struttura oligopolistica del mercato sarà ulteriormente rafforzata, con tre operatori che controlleranno congiuntamente oltre metà del mercato e due operatori di medio calibro comparabili, ovvero Texaco e TotalFina. Il resto del mercato rimarrà ripartito fra piccoli dettaglianti indipendenti di importanza secondaria.
682. L'operazione notificata porterà pertanto ad un'ulteriore concentrazione fra le *major*. L'attuale oligopolio sarà ancora più serrato, rendendo più facile attuare e sorvegliare l'interazione fra i vari operatori. Dopo l'operazione, il deludente andamento del mercato al dettaglio olandese si accentuerà. I dettaglianti indipendenti non hanno alcuno stimolo a competere a livello di prezzi, in quanto possono invece beneficiare dagli aumenti di prezzo applicati dalle *major* a livello di dettaglio. Nel complesso, in simili circostanze il consumatore finale sarà penalizzato. Si può concludere che la concentrazione avrà per effetto di costituire o rafforzare una posizione dominante collettiva delle *major* (Shell, BP/Mobil, Exxon, Texaco e TotalFina) sul mercato della vendita al dettaglio di carburanti.

## REGNO UNITO

### PANORAMICA GENERALE

#### *Raffinazione*

683. Il Regno Unito è esportatore netto di prodotti petroliferi raffinati. Per tradizione oltre l'85% dei prodotti petroliferi è approvvigionato direttamente da raffinerie site in aree senza sbocco sul mare. Le importazioni (provenienti di solito dall'Europa continentale o dalla Scandinavia) sono dirette generalmente ai rivenditori indipendenti ma possono altresì risultare da scambi intragruppo fra raffinerie.
684. Attualmente nel Regno Unito esistono 10 raffinerie di combustibile principali. La maggioranza di esse si trova nella metà meridionale della Gran Bretagna ed è collegata alle più importanti condotte che coprono la maggior parte dell'Inghilterra e del Galles. Spesso le raffinerie sono raggiungibili anche via nave. Si noti tuttavia che in Scozia esiste un'unica raffineria (l'impianto BP/Mobil di Grangemouth), che serve la maggioranza dei terminali di distribuzione locali.
685. Nel Regno Unito le principali imprese di raffinazione sono BP/Mobil, Exxon e Shell, le quali detengono il 57% circa della capacità totale. Tuttavia la maggioranza delle altre imprese di raffinazione (quali Elf, Total/Fina, Texaco e Conoco) è costituita da compagnie petrolifere integrate verticalmente, con attività di vendita al dettaglio nel Regno Unito, che singolarmente rappresentano spesso oltre il 10% della capacità totale di raffinazione a livello nazionale.

#### *Vendita all'ingrosso*

686. I carburanti per autotrazione importati o raffinati sul territorio sono venduti sul mercato cargo e esportati, oppure trasportati fino alle sedi dei dettaglianti, degli utenti finali o dei rivenditori. In alcuni casi la benzina e il diesel vengono caricati direttamente alle porte della raffineria o presso i depositi di importazione e successivamente sono distribuiti tramite trasporto stradale. Tuttavia nella maggioranza dei casi i carburanti per autotrazione vengono trasportati ai terminali di distribuzione, che sono disseminati in tutto il Regno Unito e sono serviti da una rete di condotte in terra, oppure via mare o (meno spesso) via ferrovia. I carburanti per autotrazione sono caricati dai camion cisterna e distribuiti ai clienti vicini.
687. In Inghilterra e in Galles la maggioranza dei carburanti per autotrazione è trasportata da una delle 6 condotte che collegano le raffinerie ai terminali di distribuzione. Una siffatta rete non esiste in Scozia, dove la maggioranza dei prodotti è spedita dalla raffineria BP/Mobil di Grangemouth.
688. Attualmente il mercato all'ingrosso britannico sembra concorrenziale. Ciò è indicato in primo luogo dal fatto che, attualmente, nessuna società detiene oltre il 20% del mercato della vendita all'ingrosso di carburanti per autotrazione a terzi. Un'ulteriore conferma proviene altresì dal fatto che le aziende che hanno risposto alle domande della Commissione hanno quasi tutte indicato che i prezzi all'ingrosso dei carburanti per autotrazione riflettono, di norma, l'indice internazionale Platt's e i costi di trasporto dalla raffineria o dal terminale di importazione in questione e che non hanno avuto problemi di rifornimento.

689. L'*Office of Fair Trading* ("OFT") è giunto a conclusioni simili nella sua relazione sulla concorrenza nel settore dei carburanti nel Regno Unito<sup>68</sup> e ha addirittura appurato che, per via di tali condizioni di concorrenza, le "mini major" hanno tendenzialmente riportato perdite nella vendita all'ingrosso durante quasi tutti gli ultimi cinque anni.
690. Uno dei fattori più importanti di tale concorrenza sembra essere il continuo eccesso di capacità di raffinazione nel Regno Unito, dato che la produzione totale di prodotti petroliferi da parte delle raffinerie è di circa il 20% superiore alla domanda interna, che sembra essersi stabilizzata dal 1990. Sebbene si preveda che questo divario sarà in qualche modo colmato dopo la chiusura dell'impianto Shell di Shellhaven (la più piccola raffineria del Regno Unito), esso continuerà comunque a rappresentare circa il 15% della domanda totale.
691. Un'altra spiegazione è il fatto che un numero significativo di società indipendenti possiede e/o gestisce terminali di distribuzione, attraverso i quali i prodotti sono importati dal mercato cargo e forniti a dettaglianti non-raffinatori (quali gli ipermercati) o dettaglianti privi di insegna. Grazie alla loro presenza, i clienti finali di un certo calibro e i dettaglianti non-raffinatori possono prontamente rifornirsi a prezzi competitivi.

## IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA

### *Struttura del mercato*

692. Il mercato del Regno Unito è caratterizzato dalla presenza di un sostanziale numero di concorrenti: oltre ai tre raffinatori principali (Exxon, BP/Mobil e Shell) che ancora congiuntamente detengono oltre il 50% del mercato, sul mercato è presente anche una serie di altre compagnie petrolifere (Total/Fina, Elf, Texaco e Conoco), oltre a ipermercati e a dettaglianti indipendenti.
693. L'evoluzione delle quote di mercato (in termini di volumi) tra il 1994 e il 1998 può essere così riassunta:

Società	Exxon	BP/Mobil	Shell	Total/Fina	Texaco	Conoco/Jet	Ipermercati
Quote di mercato (1994)	[10-20%]**	[10-20%]*	[10-20%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[10-20%]*
Quote di mercato (1998)	[10-20%]*	[10-20%]*	[10-20%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[0-10%]*	[20-30%]*

694. Il settore delle vendite al dettaglio può essere approssimativamente scomposto in quattro livelli principali: (i) le "major" (Exxon, BP/Mobil e Shell); (ii) le "mini major" (Total/Fina, Texaco, Conoco/Jet e Elf); (iii) gli ipermercati (Tesco, Sainsbury's, Safeway e Asda), e (iv) i dettaglianti indipendenti.

---

68 Competition in the supply of petrol in the UK – A report by the Office of Fair Trading: Maggio 1998

695. Exxon, BP/Mobil e Shell (“le *major*”) sono i tre principali dettaglianti del Regno Unito, le cui singole quote di mercato (in termini di volumi) sono superiori a [10-20]\*% (e sono in aumento). Questi operatori hanno un'ampia copertura geografica, come indica l'elevato numero di impianti di cui dispongono (oltre 1.800 ciascuna).
696. Queste società riescono a mantenere piuttosto bassi i costi grazie a i) costi di approvvigionamento contenuti (grazie all'approvvigionamento diretto da raffinerie interne oppure a scambi con altri raffinatori), ii) elevato volume di erogazione medio per impianto (circa [...] \* m<sup>3</sup> e oltre) e iii) esercizi commerciali nell'area dei distributori, che garantiscono ulteriori entrate e utili.
697. Le loro quote di mercato (in termini di volumi) sono leggermente aumentate dal 1994 e attualmente sono complessivamente pari al [50-60]\*%.
698. Anche Total/Fina, Texaco, Conoco/Jet e Elf sono aziende verticalmente integrate con raffinerie nel Regno Unito. Esse non appartengono alla medesima categoria delle *super major*, poiché detengono quote di mercato sostanzialmente inferiori e hanno una presenza più limitata sul mercato (meno di 1.000 impianti per tutte le compagnie, ad eccezione di Texaco).
699. Sebbene anch'esse si approvvigionino direttamente da raffinerie interne o grazie ad accordi di scambio con altri raffinatori, sembra che debbano affrontare costi di approvvigionamento più elevati rispetto alle *super major* dato che, negli ultimi cinque anni, hanno quasi sempre riportato perdite nella vendita all'ingrosso. Infine la maggioranza di queste imprese ha un volume erogato sostanzialmente inferiore (non oltre i 2.000 m<sup>3</sup> circa) rispetto alle *super major* e perciò deve sostenere costi di vendita al dettaglio più elevati.
700. Infine, a differenza delle *super major*, le loro quote di mercato collettive risultano essere diminuite di oltre il 23% dal 1994 e attualmente sono pari al 20% circa.
701. Gli ipermercati (Tesco, Sainsbury's, Safeway e Asda) vendono carburanti per autotrazione nelle stazioni di rifornimento situate all'interno dei loro parcheggi. Esse si trovano principalmente in aree urbane o densamente popolate e dunque hanno una limitata copertura geografica, come conferma anche il numero piuttosto esiguo di stazioni di rifornimento gestite da ciascuna catena di supermercati (meno di 200 impianti).
702. Gli ipermercati si approvvigionano principalmente dai raffinatori (e, per alcuni di essi, soprattutto da BP/Mobil). Tuttavia di norma essi acquistano volumi elevati di carburanti e dunque si rivolgono anche ai *trader* o agli importatori, i quali possono rappresentare circa il 35-40% dei loro approvvigionamenti.
703. Di solito le stazioni di rifornimento degli ipermercati hanno volumi di erogazione di gran lunga superiori (solitamente 10.000 m<sup>3</sup>) rispetto agli impianti di proprietà di altri dettaglianti. Questo risultato ha conferito loro vantaggi sostanziali, a livello di costi, su tutti gli altri dettaglianti prima che le *super major* riducessero il numero delle stazioni di rifornimento da loro gestite per incrementare i volumi erogati.

704. Gli ipermercati hanno acquisito notevoli quote di mercato negli ultimi dieci anni. Attualmente la loro quota è pari al [20-30]\*% del totale e Tesco è diventato il quarto maggiore dettagliante di carburanti del Regno Unito. Secondo l'OFT<sup>69</sup>, questa straordinaria crescita è stata sorretta principalmente dal vantaggio sostanziale e continuato a livello di prezzi (tra 2,5 e 4 pence al litro) che questi operatori detengono rispetto ai concorrenti. Naturalmente tale crescita è stata anche alimentata dal forte aumento (oltre il 10% annuo tra il 1994 e il 1997) del numero di stazioni di rifornimento. Comunque, come spiegato ulteriormente in appresso, sembra che, a causa delle limitazioni di capacità, degli ostacoli all'espansione e dell'aumento dei costi, le quote di mercato degli ipermercati non siano destinate ad aumentare in misura sostanziale nei prossimi anni.
705. Le stazioni di rifornimento indipendenti sono di solito impianti “storici”, creati molto tempo fa. Di norma non vendono soltanto carburanti ma anche altri prodotti (ad esempio gasolio da riscaldamento, generi alimentari ecc.).
706. Sebbene in apparenza abbiano facilità di rifornimento, i dettaglianti indipendenti non sono verticalmente integrati e dunque in genere sostengono maggiori costi di approvvigionamento. I risultati dell'indagine condotta dalla Commissione indicano che i loro costi di vendita al dettaglio sono più elevati di quelli di altri dettaglianti, principalmente a causa del loro basso volume erogato (in genere 500 m<sup>3</sup>). Alcuni di questi impianti si trovano in zone rurali, dove possono praticare prezzi più alti (fino a 3-4 pence al litro in più) in cambio dei servizi supplementari offerti o della comodità di ubicazione. Ad esempio la maggioranza di questi operatori gestisce anche gli esercizi commerciali del paese, gli uffici postali, ecc.
707. Le loro quote di mercato aggregate sono attualmente inferiori al 6% e continuano a diminuire.

### ***Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi***

#### Retrospettiva

708. Risulta che, prima del 1995, il settore della vendita al dettaglio dei carburanti per autotrazione fosse sostanzialmente tutt'altro che concorrenziale: [...]\*.
709. Sembra che alla fine del 1994 o all'inizio del 1995 le *major* si siano rese conto che la crescita degli ipermercati rappresentava una seria minaccia alla loro attività, che potenzialmente poteva condurre alla medesima struttura di mercato esistente in Francia, paese in cui gli ipermercati detengono circa il 50% delle quote di mercato e i prezzi al netto di imposte sono bassi. Alcune di loro, Exxon in particolare, decisero di provare ad aumentare i costi degli ipermercati e a ridurre i propri costi, sottraendo volumi di vendita agli ipermercati per riappropriarsene. Exxon, in particolare, avviò un'intensa guerra dei prezzi con le *major* (nota con il nome di “campagna Pricewatch”) e mise in atto drastici piani di riduzione dei costi.
710. Di conseguenza i prezzi diminuirono notevolmente e raggiunsero livelli tali che tutti i dettaglianti, a quanto pare, riportarono perdite nel corso della prima metà del 1996. Si cercò allora di aumentare i prezzi ma questi tentativi iniziavano a dare frutti soltanto

---

69 Si veda la nota 68.

se sorretti da Exxon. Da allora i prezzi sono aumentati, addirittura superando i livelli di prezzo storicamente applicati dagli ipermercati anche quando i prezzi sul mercato cargo sono rimasti invariati.

711. Infine, durante lo stesso periodo, le *major* [...] cercharono di annullare i loro differenziali di costo con gli ipermercati. [...]\*.
712. Fino al 1995, il mercato non appariva completamente concorrenziale. Infatti all'inizio del 1994 i prezzi al minuto della benzina, al netto di imposte, superavano del 20% quelli applicati in Francia, prima di diminuire di oltre il 30% nello spazio di 2 anni. [...]\*.
713. In quel contesto i supermercati non erano presi molto sul serio e, come indica l'OFT, “fino al 1995 i supermercati agivano in gran parte incontrastati e potevano praticare prezzi notevolmente più bassi di quelli offerti nel resto del mercato. (...) I tentativi delle compagnie petrolifere di rispondere alla minaccia dei supermercati tramite (piani di sostegno ai prezzi) a favore degli impianti maggiormente penalizzati dalla concorrenza non erano sistematici ed erano solitamente condotti a livello locale e senza grande pubblicità”.
714. [...]\*
715. Alla fine del 1994 la quota dei volumi degli ipermercati era di circa il 17%. Come indica l'OFT, “la continua perdita di volumi a favore della rete di supermercati, in rapida espansione, spinse le principali compagnie petrolifere a reagire con maggiore vigore che in passato”.
716. [...]\*. In quel contesto, Exxon temeva che “la posizione e la redditività di Esso nel mercato della vendita al dettaglio (potessero) subire una notevole contrazione nel corso dei successivi 5-10 anni”.
717. Il risultato fu una reazione vigorosa messa in atto attraverso due diversi strumenti. Il primo strumento fu un'aspra concorrenza a livello di prezzi, che avrebbe dovuto consentire a Exxon di sottrarre volumi di vendita agli ipermercati, colmando così parzialmente il divario tra i costi di Exxon e quelli degli ipermercati. Lo scopo era anche evitare un'ulteriore espansione o entrata nel mercato da parte degli ipermercati. Il secondo strumento fu l'adozione di un drastico piano di riduzione dei costi.

#### *La campagna Pricewatch*

718. Il primo dettagliante ad intervenire fu BP che, alla fine del 1994, annunciò che i suoi prezzi sarebbero stati applicati a livello nazionale in risposta ai supermercati. Ben presto BP fu seguita da Exxon che, nell'autunno 1995, sperimentò la campagna “Pricewatch” in Scozia e nell'Inghilterra nord-orientale, lanciandola poi a livello nazionale nel gennaio 1996. Anche Shell dichiarò che si sarebbe adeguata ai prezzi Exxon in tutte le zone interessate dalla campagna Pricewatch.
719. La campagna Pricewatch prevedeva l'adeguamento ai livelli di prezzo degli ipermercati e un piano di comunicazione a tale riguardo, in modo tale da ridirigere verso gli impianti Exxon una quota del volume di vendita delle stazioni di rifornimento degli ipermercati. Le altre *major* adottarono il medesimo atteggiamento, anche se in misura più contenuta.

720. Risulta che nella prima metà del 1996 gli effetti di tale concorrenza a livello di prezzi sui margini dei rivenditori al dettaglio siano stati devastanti. [...]\*. Di conseguenza, i margini lordi diminuirono, addirittura dimezzandosi rispetto a quelli francesi. A questi livelli, nessun impianto di distribuzione di carburanti riusciva a chiudere in pareggio.

*“Ripristino dei prezzi”*

721. Tali perdite sembrano avere indotto gli ipermercati, BP o Shell a tentare di spingere sull'aumento dei prezzi. La maggioranza di questi primi tentativi è stata infruttuosa, [...]\*. Tale tendenza è proseguita nel 1997, quando i prezzi al minuto hanno raggiunto livelli che tradizionalmente sarebbero applicati dagli ipermercati in base ai prezzi sul mercato cargo.

722. Ad ogni modo, e contrariamente alla situazione precedente alla campagna Pricewatch, tale andamento è proseguito anche nel 1998, quando gli ipermercati hanno accettato che i prezzi al dettaglio aumentassero oltre i livelli che per tradizione sarebbero stati applicati prima della campagna Pricewatch.

*Movimenti di costi*

723. Nel periodo 1994-1995 il differenziale di costo fra gli ipermercati e le *major* era dell'ordine di 0,02 – 0,03 GBP al litro a favore degli ipermercati. In questo contesto, qualsiasi concorrenza messa in atto dalle *major* sarebbe probabilmente stata inefficace senza un ulteriore piano di contenimento dei costi.

724. Di conseguenza, e in aggiunta alla concorrenza a livello di prezzi fra le *major* (e in particolare Exxon) e gli ipermercati, il periodo 1995-1998 è stato caratterizzato anche da sostanziali interventi sui costi.

725. Sebbene tali interventi siano stati condotti su più fronti, il provvedimento più visibile (se non addirittura il più importante) è consistito nel ridurre il differenziale di volume di erogazione medio per impianto esistente tra gli ipermercati e le stazioni di rifornimento delle *major*. Questo obiettivo sembra essere stato raggiunto principalmente grazie a due diversi tipi di intervento:

- Concorrenza a livello di prezzi con gli ipermercati: l'obiettivo era ridirigere verso le *major* una quota dei volumi (incrementando così i loro volumi di vendita totali) sottraendola agli ipermercati (riducendo quindi i volumi di vendita totali di questi operatori). In seguito alla campagna Pricewatch, i volumi di Exxon sono aumentati di circa il [...] \*% durante il primo semestre del 1996;
- Eliminazione delle stazioni di rifornimento meno economiche: tra il 1994 e il 1997 Exxon ha perso l'11% delle stazioni di servizio con il suo marchio, BP e Mobil hanno perso il 10% dei loro impianti congiunti e Shell ha perso il 30% delle sue stazioni di servizio. Si noti inoltre che, poiché gli impianti erano per la maggior parte posseduti o gestiti da rivenditori, questa campagna ha inoltre avuto per effetto di accrescere il controllo delle *major* sulla loro rete di vendita al dettaglio.

726. Di conseguenza, e come risultato di altre operazioni di riduzione dei costi, [...] \*.

727. Infatti tutti gli altri concorrenti hanno fondamentalmente perso terreno rispetto alle *major* e agli ipermercati in quel periodo: ovviamente non sono stati in grado di seguire il ritmo imposto dagli ipermercati e dalle *major* petrolifere e infatti le quote di mercato di ognuno di questi gruppi di concorrenti sono diminuite di oltre il 23% fra il 1994 e il 1998.

*Le mini major e i dettaglianti indipendenti non esercitano pressioni concorrenziali*

728. Nel Regno Unito i cambiamenti nel settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione hanno portato a una nuova struttura di mercato, nella quale le *mini major* e i dettaglianti indipendenti non possono più esercitare una vera pressione concorrenziale.
729. Lo indica chiaramente il fatto che le *mini major* e i dettaglianti indipendenti non sono stati in grado di seguire il ritmo imposto dagli ipermercati e dalle *major* petrolifere e oggi realizzano volumi di erogazione medi decisamente inferiori (meno di 2.300) rispetto alle *major* petrolifere (oltre [...]\*) o agli ipermercati. Un'ulteriore conferma è che nessuno di questi singoli concorrenti detiene attualmente una quota di mercato superiore al 6%, e che [...]\*
730. Anche la relazione dell'OFT indica che “nella maggioranza dei casi i margini di utile dei dettaglianti indipendenti (...) rischiano di essere inferiori a quelli di altri impianti siti in zone comparabili e potrebbero essere insostenibili per molti di loro”.

*Gli ipermercati si adegueranno ai prezzi*

731. Vi sono inoltre elementi per ritenere che gli ipermercati non cercheranno più, né saranno in grado, di esercitare una concorrenza a livello di prezzi e seguiranno invece le *major*. In particolare, gli ipermercati hanno indicato che, anche se continueranno a fissare i loro prezzi affinché corrispondano al prezzo più basso esposto in qualsiasi impianto dei loro principali concorrenti, tenderanno ad abbandonare una politica volta a cercare attivamente di esporre prezzi inferiori a quelli applicati dai punti vendita delle principali compagnie petrolifere concorrenti.
732. [...]\*. È altresì confermato dal fatto che, sebbene i margini lordi abbiano raggiunto livelli storici nel 1997, si prevede che essi aumenteranno nei prossimi anni.
733. Una prima spiegazione di tale evoluzione è che gli ipermercati avranno pochissimo margine di manovra per condurre un'azione competitiva aggressiva, poiché non godono più di reali vantaggi a livello di costi rispetto alle *major*. [...]\*. Inoltre i risultati dell'indagine condotta dalla Commissione indicano che i costi degli ipermercati dovrebbero aumentare in futuro, in quanto i nuovi impianti realizzeranno volumi di erogazione inferiori e dunque dovranno far fronte a costi più elevati rispetto agli attuali.
734. Dall'indagine della Commissione emerge un'altra spiegazione, ovvero che dopo la campagna Pricewatch gli ipermercati hanno imparato che qualsiasi azione aggressiva a livello di prezzi sarà seguita dalle *major*, anche se ciò comporta gravi perdite nel settore al dettaglio. In tal caso non vi sarebbe alcuno stimolo a ridurre i prezzi, poiché la riduzione dei prezzi non porterebbe a incrementare le quote di mercato bensì determinerebbe una contrazione degli utili.



735. Che gli ipermercati non abbiano probabilmente nulla da guadagnare dall'attuazione di una politica dei prezzi aggressiva è ulteriormente confermato dal fatto che essi non possono espandere in maniera significativa i loro volumi di vendite. I risultati dell'indagine condotta dalla Commissione indicano che per gli ipermercati sarebbe molto difficile espandere i volumi di vendita tramite i punti vendita esistenti o ottenere i permessi di costruzione di nuovi impianti e che, sebbene gli ipermercati prevedano di aprire ulteriori stazioni di rifornimento, tali stazioni avranno volumi di erogazione inferiori (e dunque saranno meno redditizie). Gli ipermercati hanno inoltre indicato di non prevedere una crescita significativa delle loro quote di mercato.
736. Queste conclusioni sarebbero suffragate dalla relazione dell'OFT, nella quale si afferma che “le stazioni di rifornimento dei supermercati hanno quasi raggiunto il loro limite di crescita. (...) Un ulteriore incremento dei volumi può derivare unicamente da una maggiore quota di mercato e anche questa è limitata dalla capacità. Quando le vendite di benzina avranno raggiunto il loro limite, diminuiranno gli stimoli a vendere con margini esigui (...)”.
737. Infine recentemente alcuni ipermercati hanno creato *joint venture* con le *major* per il rifornimento e la gestione di negozi recanti il marchio della catena di ipermercati nelle stazioni di servizio che recano l'insegna delle *major*. Come esempi di questi accordi si possono citare BP/Safeway e Exxon/Tesco. Attualmente tale collaborazione è limitata alle stazioni di servizio con marchio delle *major* e non ha alcun impatto sulla gestione o sull'approvvigionamento delle stazioni di servizio di proprietà degli ipermercati. Tuttavia questo tipo di collaborazione creerà ovviamente un rapporto a lungo termine fra gli ipermercati e le *major*, che alla fine potrebbe estendersi all'attività di vendita al dettaglio di carburante da parte degli ipermercati e che, in ogni caso, renderebbe forse gli ipermercati meno propensi ad entrare in concorrenza con le *major*.
738. Di conseguenza, sebbene per tradizione gli ipermercati abbiano svolto il ruolo di *price leader* nel settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione, le loro quote di mercato e capacità si stanno stabilizzando e sembra che tali operatori si stiano adeguando ai prezzi delle *major*. Lo confermano anche i risultati dell'indagine condotta dalla Commissione, nella quale gli ipermercati hanno indicato, che nel caso di movimenti nei prezzi all'ingrosso, in genere attenderebbero la reazione delle *major* prima di decidere di variare i loro prezzi.

*Le major diventano chiaramente i leader di mercato*

739. Viceversa l'accesa competizione a livello di prezzi del 1995-1996 ha rafforzato le *major* invece di indebolirle. Lo indica chiaramente il fatto che le loro quote di mercato combinate sono aumentate di circa il [...] \*% fra il 1995 e il 1998.
740. Inoltre sebbene gli attuali margini lordi siano di molto inferiori rispetto a quelli esistenti all'inizio del 1995 (prima che iniziasse l'agguerrita competizione con gli ipermercati), gli attuali utili di alcune *major* sono addirittura più elevati di quanto non fossero all'inizio del 1995.
741. Oltre ad un incremento degli utili, le *major* hanno acquisito un migliore controllo del mercato, in quanto i danni provocati dall'accesa concorrenza a livello di prezzi sono stati per la maggior parte subiti dalle *mini major* e dai dettaglianti indipendenti. Gli

ipermercati non sembrano essere più in una posizione tale da rappresentare una seria minaccia per Exxon, BP/Mobil e Shell ed è stato eliminato un cospicuo numero di stazioni di servizio gestite da rivenditori (dove i prezzi sono controllati con meno facilità).

742. Alla luce di quanto precede, è chiaro che ora le *major* stanno diventando i leader di mercato nel settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione nel Regno Unito e che qualsiasi concorrenza significativa può dunque emergere soltanto dalla rivalità tra gli appartenenti a questa cerchia di operatori, mentre gli altri concorrenti hanno perso ogni capacità sostanziale e ogni stimolo a contrapporsi a Exxon, BP/Mobil e Shell.
743. Le parti replicano che i prezzi alla pompa al netto di imposte e i margini di distribuzione lordi nel Regno Unito sono ancora tra i più bassi in Europa e che ciò è indicativo di un'intensa concorrenza. Le parti aggiungono che la tendenza storica dei margini a diminuire in risposta a un'intensa concorrenza sembra destinata a protrarsi. Tuttavia sebbene nel Regno Unito i prezzi alla pompa al netto di imposte e i margini di distribuzione lordi possano essere relativamente bassi, sembra che lo stesso possa dirsi dei costi. Ad esempio, i costi di Exxon sono diminuiti del [...] \*% tra il 1994 e il 1997. Al contrario, e in contrasto con le obiezioni delle parti, [...] \*. Tali cifre non confermano nessuna delle affermazioni delle parti.
744. Le parti affermano altresì che i documenti presentati alla Commissione dimostrano che qualsiasi possibile aumento di prezzo da parte delle *major* non sarebbe attuato anche dagli ipermercati e che la politica degli ipermercati di applicare prezzi imbattibili nei loro bacini di utenza probabilmente non cambierà in seguito all'operazione notificata. Ciò indicherebbe che le *major* non possono esercitare alcun potere di mercato. Tuttavia, come spiegato sopra, gli ipermercati potrebbero continuare a esporre i prezzi più bassi nei loro bacini di utenza ma anche adeguarsi agli aumenti dei prezzi. [...] \*. Lo conferma anche il fatto che gli ipermercati hanno indicato che ora tenderanno ad abbandonare una politica volta a cercare attivamente di esporre prezzi inferiori a quelli applicati dai punti vendita delle principali compagnie petrolifere concorrenti e che, nel caso di un aumento di prezzo, in genere attenderebbero la reazione delle *major* prima di decidere di variare i loro prezzi. Infine ciò è comprovato dal fatto che gli ipermercati hanno difficoltà ad incrementare le vendite negli impianti esistenti e ad aprire stazioni di servizio competitive. In questo contesto, alcuni ipermercati hanno indicato che non si adeguerebbero completamente a un aumento di prezzo del 5%, probabilmente perché (come suggeriscono le loro risposte) un aumento di prezzo di tale entità è assai inusuale nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti.
745. Inoltre la nuova struttura di mercato sembra offrire forti stimoli all'adozione di un comportamento oligopolistico, stimoli che si rivelano addirittura più intensi di quanto non fossero prima che gli ipermercati facessero la loro comparsa.
746. La possibilità che la struttura di mercato conduca a un comportamento oligopolistico è chiaramente indicata dalle caratteristiche generali del settore dei carburanti per autotrazione in Europa (ovvero l'omogeneità del prodotto, la trasparenza, l'assenza di evoluzione tecnologica, la rigidità della domanda, l'assenza di contropotere d'acquisto, gli imponenti ostacoli all'entrata e così via) e dalla natura dei rapporti

esistenti tra Exxon, BP/Mobil e Shell (integrazione verticale, contatti multi-mercato e altre caratteristiche analoghe).

747. Oltre a queste caratteristiche generali, comunque, la struttura del mercato britannico, che è il risultato della sua recente evoluzione, moltiplica addirittura gli stimoli all'adozione di un comportamento oligopolistico come non si vedeva da molti anni (ammesso che simili stimoli siano mai esistiti).
748. In primo luogo, il mercato al dettaglio dei carburanti per autotrazione nel Regno Unito è stato particolarmente stagnante negli ultimi anni, in quanto i volumi venduti nel Regno Unito sono aumentati di meno del 2% dal 1994 al 1998.
749. In secondo luogo, vi è una chiara simmetria tra le quote di mercato di Exxon, BP/Mobil e Shell, che, nel 1998, erano comprese tra [10-20]\*% (Shell) e [10-20]\*% (Exxon). Sebbene si possa affermare che, per quanto riguarda queste quote di mercato, negli ultimi quattro anni non vi è stata stabilità, ciò che più conta è che i) tutte queste quote di mercato sono cresciute (riflettendo così l'accresciuta influenza delle *major* sul settore dei carburanti per autotrazione), e ii) la simmetria delle quote di mercato delle *major* è aumentata negli ultimi anni e infatti la differenza tra la quota di mercato maggiore e quella minore si è ridotta del 37% dal 1994.
750. In terzo luogo si osserva anche una forte correlazione tra le strutture dei costi di queste compagnie, [...]\*. Le parti dissentono su questo punto e affermano che le differenze tra i vari operatori in termini di costi di esercizio sono di gran lunga maggiori. [...]\*. Le parti affermano altresì che, persino in seno ad Exxon, esistono differenze di costo che dipendono dal tipo di stazione e dall'offerta. Occorre tuttavia notare, in primo luogo, che la strategia nazionale degli operatori del mercato (o, per lo meno, di Exxon) è definita sulla base dei requisiti medi da soddisfare per raggiungere il pareggio e che dunque nel valutare la simmetria delle strutture di costo dei vari operatori si dovrebbe tenere conto della loro struttura di costo media. In secondo luogo il fatto che i costi possono variare notevolmente anche in seno a una data impresa concorrente conferma ulteriormente che una differenza di circa 0,01 GBP al litro tra i costi medi di vari concorrenti è indicativa di una simmetria a livello di costi tra tali concorrenti.
751. In quarto luogo, Exxon, BP/Mobil e Shell hanno stimoli analoghi, in quanto le tre *major* riescono a coprire il mercato britannico e presentano il medesimo grado di integrazione verticale. Esse condividono altresì la proprietà di alcuni impianti di stoccaggio e di alcune condotte.
752. L'ultimo aspetto, probabilmente il più importante, è che ora le *major* detengono un notevole potere di mercato nel settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione nel Regno Unito. Ciò rafforza in maniera significativa i vantaggi che le *major* possono trarre dal coordinamento e dunque aumenta notevolmente gli stimoli ad agire di conseguenza.
753. Pertanto sebbene si possa concludere, come affermano le parti e come ha comunicato nella sua relazione l'OFT nel 1998, che il settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione nel Regno Unito è ancora concorrenziale, le *major* hanno riacquisito il controllo di tale mercato e qualsiasi concorrenza significativa può dunque derivare unicamente dalla rivalità tra gli appartenenti a questa cerchia di

operatori. Inoltre tale rivalità è divenuta più improbabile a causa degli sviluppi sopra descritti.

754. Le parti rispondono che la competizione nel settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione nel Regno Unito è intensa, adducendo la conclusione cui sono giunte le autorità britanniche per la concorrenza, che hanno stabilito che tale mercato è estremamente concorrenziale. Tuttavia, come spiegato sopra, il mercato è notevolmente mutato nel corso degli ultimi anni e l'accanita competizione a livello di prezzi della metà degli anni '90 ha aperto la strada al controllo da parte delle *major*. Inoltre l'ultima relazione dell'OFT, sebbene indichi che il mercato sta operando in maniera concorrenziale, conclude anche che “il mercato dovrà essere sorvegliato per verificare che la concorrenza tra i principali operatori non sia soffocata nel caso di una maggiore concentrazione del mercato stesso”.

#### ***Ostacoli all'entrata – Espansione – Potenziale concorrenza***

755. Exxon, BP/Mobil e Shell non sembrano minacciate dalla prospettiva di una possibile crescita del mercato o dell'entrata di nuovi operatori, in quanto i volumi venduti nel Regno Unito sono rimasti piuttosto stagnanti dal 1994 (sono cresciuti meno del 2% in 3 anni) e l'entrata nel mercato appare assai improbabile.
756. In particolare, la relazione dell'OFT afferma che “l'accesso al settore della vendita al dettaglio è attualmente privo di attrattive, visti gli scarsi margini disponibili sulle vendite di carburanti e i costi di adeguamento alla normativa ambientale. Perché le entrate siano sufficienti, l'accesso al mercato deve avvenire su una scala abbastanza ampia e può essere difficile ottenere i permessi di costruzione in aree rurali ancora non edificate. Si potrebbe affermare che in futuro nuovi operatori potrebbero entrare nel mercato con la riapertura di numerosi impianti chiusi in anni recenti. Ad ogni modo si tratterà di impianti di dimensioni minori, senza contare che, a causa della normativa ambientale, gli impianti devono essere completamente chiusi e le cisterne riempite di cemento. Spesso tali impianti subiranno una variazione della destinazione d'uso. Pertanto la riapertura di un vecchio impianto è difficile quasi quanto la costruzione di un impianto nuovo”.
757. Inoltre sebbene le parti sostengano che l'entrata di nuovi operatori nel mercato della vendita al dettaglio di carburanti in comune [... frase incompleta, *N.d.T.*], esse possono soltanto citare gli esempi degli ipermercati (che non sono veri e propri nuovi operatori) e della rete “Save” (che ha una quota di mercato molto limitata e che nel 1997 ha perso il 15% delle proprie stazioni di rifornimento).

#### **IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE – IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA**

758. L'impatto dell'operazione deve essere valutato alla luce degli elementi di cui sopra, tenendo altresì conto degli aspetti evidenziati nella sezione dedicata alle caratteristiche strutturali dei mercati della vendita al dettaglio di carburanti in generale.
759. Come spiegato sopra, il mercato della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione nel Regno Unito è ora chiaramente guidato dalle *major* e gli altri concorrenti non riescono più o hanno perduto ogni stimolo a contrapporsi a Exxon, BP/Mobil e Shell. La struttura del mercato conduce nettamente ad un comportamento

oligopolistico fra le tre *major*, le quali hanno caratteristiche simili e quote di mercato comparabili.

760. Parti terze hanno indicato che si è verificata una competizione a livello di prezzi fra Exxon e BP e che proprio questa dinamica sembrerebbe influenzare i prezzi futuri sul mercato britannico. [...]\*. Visti i nuovi e forti stimoli che inducono le *major* ad adottare un comportamento oligopolistico, è improbabile che tale rivalità possa continuare allo stesso livello in futuro.
761. Come spiegato sopra, la concentrazione notificata creerà un legame strutturale tra Exxon e BP/Mobil, grazie al quale Exxon potrà esercitare un'influenza significativa sulla *joint venture* BP/Mobil. Più in generale, tale legame stimolerà ulteriormente le due società a collaborare. Dato che anche il mercato offre forti stimoli per una collaborazione di questo tipo, è assai probabile che, in seguito alla concentrazione, sarà eliminata qualsiasi concreta forma di concorrenza fra Exxon e BP/Mobil.
762. Vi sono altresì prove evidenti del fatto che Shell non cercherebbe di minacciare la posizione concorrenziale di Exxon e BP/Mobil. È molto probabile invece che Shell si unisca a Exxon e BP/Mobil per costituire un oligopolio.
763. Sembrerebbe che, anche prima della concentrazione, Shell non sia mai stata un concorrente temibile sul piano dei prezzi. [...]\*. Risulta inoltre che Shell sia stata una delle società che hanno maggiormente contribuito al ripristino dei prezzi [...]\*.
764. Alcune parti terze hanno invece indicato che la politica di Shell sembra volta a perseguire un posizionamento come marchio di qualità non soltanto nel ramo carburanti. Tale politica avrebbe dunque indotto Shell ad applicare ai propri prodotti prezzi superiori a quelli praticati sul mercato.
765. Inoltre non sussistono elementi tali da far ritenere che Shell cercherebbe o sarebbe in grado di modificare questa strategia in seguito alla concentrazione. [...]\*. In secondo luogo, a differenza di Exxon e BP/Mobil, Shell non partecipa a *joint venture* con gli ipermercati e dunque non può proporre prezzi analoghi. Infine l'attuale strategia di Shell si è rivelata piuttosto vincente, in quanto la sua quota di mercato per quanto riguarda i volumi di vendite di carburanti al dettaglio è aumentata del 13% tra il 1994 e il 1998 (anche se, come indicato in precedenza, tale crescita sarà probabilmente di modesta entità).
766. Inoltre Shell è già impegnata in una serie di *partnership* con BP/Mobil e Exxon: detiene il controllo congiunto di alcuni terminali di distribuzione nel Regno Unito con BP/Mobil o con Exxon e inoltre controlla insieme a BP/Mobil due delle principali reti di condotte che attraversano l'Inghilterra e il Galles. Si prevede altresì che i legami di Shell con BP si intensificheranno dopo la chiusura della raffineria Shell di Shellhaven, quando probabilmente Shell attingerà una quota sostanziale dei suoi combustibili raffinati dalla raffineria BP/Mobil di Coryton.
767. Infine è tanto più improbabile che Shell adotti un comportamento più concorrenziale in quanto gli stimoli all'adozione di un comportamento oligopolistico descritti sopra sono ora più forti di quanto non siano stati per anni.
768. Alla luce di quanto sopra, si può concludere che, dopo l'operazione, le *major* saranno coinvolte in un oligopolio nel settore dei carburanti per autotrazione britannico.

### *Una posizione concorrenziale unica nel settore delle vendite all'ingrosso*

769. Exxon, BP/Mobil e Shell sono attive nella vendita all'ingrosso di benzina e diesel a terzi. Secondo le cifre di cui la Commissione è in possesso, le loro attuali quote di mercato combinate in tale settore sarebbero dell'ordine del [30-40]\*%.
770. Inoltre questi dati relativi al mercato sottovalutano il reale potere di mercato delle *major*. A tale proposito, si noti che, anche dopo la chiusura della raffineria di Shellhaven, le *major* rappresenteranno collettivamente circa il [50-60]\*% della capacità totale di raffinazione britannica, insieme possederanno circa il [40-50]\*% dei terminali di distribuzione del Regno Unito e parteciperanno (con le altre compagnie petrolifere di dimensioni minori) al controllo congiunto di un ulteriore [0-10]\*% dei terminali di distribuzione. Infine l'impianto Exxon di Fawley e l'impianto BP/Mobil di Coryton saranno le uniche due raffinerie nel sud e nel sud-est dell'Inghilterra.
771. Exxon, BP/Mobil e Shell occuperanno quindi una posizione concorrenziale unica. In primo luogo, in quanto raffinatori, queste compagnie potranno concludere accordi di scambio con altri raffinatori e dunque ottenere forniture a livello nazionale a condizioni migliori di quelle offerte ai non raffinatori. In secondo luogo essi beneficeranno di significativi vantaggi concorrenziali rispetto agli altri raffinatori, in quanto realizzeranno volumi di vendita ineguagliati e raggiungeranno una copertura senza pari del territorio britannico. Ad esempio la capacità di raffinazione delle *major* sarà più di cinque volte superiore a quella dei concorrenti più vicini (Texaco e Conoco) e il numero di terminali di distribuzione da loro posseduti o condivisi sarà notevolmente più elevato di quello del loro concorrente più vicino.
772. Le *major* dipenderanno dagli accordi di scambio con altri raffinatori molto meno di quanto altri raffinatori dipenderanno da accordi di scambio con le *major*. Pertanto la loro collaborazione avrebbe, quale probabile conseguenza, quella di incoraggiare le *major* a imporre condizioni più severe agli accordi di scambio conclusi con altri raffinatori.
773. Un'altra possibile conseguenza della situazione post-concentrazione è che le *major* saranno in una posizione migliore per dissuadere altri raffinatori o altri grossisti dal condurre azioni competitive a livello locale (quali l'entrata nel mercato) in quanto, per via della maggiore copertura geografica, potrebbero compensare i costi derivanti da azioni competitive a livello locale con volumi più cospicui e una presenza geografica più estesa.
774. Una terza possibile conseguenza della situazione post-concentrazione è che Exxon influenzerà BP/Mobil (o addirittura Shell), che è attualmente uno dei principali fornitori degli ipermercati, a praticare a questi clienti prezzi più elevati o limitate quantità di prodotto. Alcuni ipermercati hanno dichiarato di temere che tale comportamento possa aumentare i loro costi e dunque minare la loro concorrenzialità nel settore *downstream* della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione.
775. Dato l'eccesso di capacità di raffinazione e il cospicuo numero di grossisti nel Regno Unito, probabilmente l'operazione non creerà una posizione dominante nel settore della vendita all'ingrosso in questo paese. Ad ogni modo, le *major* occuperanno in tale settore una posizione concorrenziale unica che, come spiegato sopra, farà aumentare i costi di approvvigionamento dei loro concorrenti.

776. Secondo le parti il fatto che compagnie diverse dalle *major* controlleranno circa il 46% della capacità di raffinazione britannica e il 58% dei terminali di distribuzione britannici porta a contestare la conclusione secondo cui, dopo l'operazione, le *major* sarebbero in grado di esercitare un potere di mercato o di fare aumentare i costi di approvvigionamento degli altri concorrenti. Come spiegato sopra, alla luce di queste cifre e dell'indagine svolta dalla Commissione, si può concludere che il settore delle vendite all'ingrosso rimarrà concorrenziale. Tuttavia le affermazioni delle parti non menzionano il fatto che gli altri concorrenti nel settore della vendita all'ingrosso sono di dimensioni nettamente inferiori a qualsiasi delle *major*, di solito hanno una copertura geografica limitata e non hanno accesso agli accordi di scambio, ovvero dipendono da accordi di scambio con le parti molto più di quanto le *major* non dipendano dagli accordi di scambio con loro. Di conseguenza le parti non rilevano che le *major* saranno in grado di fare lievitare i costi di approvvigionamento dei loro concorrenti o di condurre con successo azioni competitive a livello locale.
777. Secondo le parti vi sarebbero inoltre prove del fatto che le aziende integrate trattano la raffinazione e la commercializzazione come attività separate. Le parti ritengono dunque che l'integrazione verticale non conferisca alle *major* alcun vantaggio sugli operatori non integrati, come dimostra la crescente presenza di compagnie non integrate, in particolare ipermercati o catene quali British Fuels. Tuttavia il fatto che la raffinazione e la commercializzazione siano considerate attività separate non preclude il fatto che l'integrazione verticale possa conferire, come già accade, vantaggi concorrenziali alle aziende integrate, giacché i raffinatori hanno accesso a forniture sicure e ad accordi di scambio. Le *major*, poi, traggono vantaggio anche da un'ampia copertura geografica e dall'infrastruttura distributiva (come le condotte e i terminali di distribuzione). Si deve altresì notare che, tranne gli ipermercati (che per dimensioni, presenza e identità del marchio costituiscono, in un certo senso, un'eccezione), le imprese non integrate rappresentano soltanto una percentuale sempre più esigua (attualmente meno del 6%) delle vendite al dettaglio.

### ***Leadership indiscussa sul mercato della vendita al dettaglio***

778. Le *major* sono i tre maggiori dettaglianti nel Regno Unito, e soprattutto le due *major* principali. Le loro quote di mercato combinate raggiungono circa il [50-60]\*% - circa [...] \* volte quelle del loro concorrente più vicino (Tesco, che ha costituito una *joint venture* con Exxon).
779. Come illustrato nei considerando 728-738, la recente evoluzione del settore della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione è stata caratterizzata dal declino dei tradizionali concorrenti delle *major*, ossia le *mini major* e i dettaglianti indipendenti. Tale evoluzione ha inoltre condotto gli ipermercati, che un tempo erano *price leader* e attuavano una politica concorrenziale aggressiva, ad adeguarsi ai prezzi, con scarse aspettative di crescita della loro quota di mercato.
780. Più specificamente, le attuali dinamiche del mercato mostrano che le *major* continuano ad acquisire quote di mercato a spese delle *mini major* e dei rivenditori indipendenti. È dunque possibile prevedere che, per via di questa evoluzione e delle limitazioni di capacità degli ipermercati, le quote di mercato combinate delle *major* cresceranno ulteriormente nei prossimi anni e queste società consolideranno definitivamente il loro controllo sul mercato al dettaglio.

781. Tali conclusioni saranno addirittura rafforzate dopo l'operazione in quanto, come spiegato nei considerando 769-777, le *major* avranno ora l'opportunità di incrementare i costi di approvvigionamento degli altri dettaglianti e dunque di indebolire le posizioni di questi concorrenti nel settore della vendita al dettaglio.
782. Infine, data la copertura geografica, solitamente modesta, degli ipermercati e dei dettaglianti indipendenti, e, per contro, data l'estesa presenza nazionale delle *major*, Exxon, BP/Mobil e Shell potrebbero avviare insieme azioni competitive selettive in alcune aree e danneggiare in modo significativo i concorrenti, compensando i costi associati a queste azioni con minimi aumenti di prezzo a livello nazionale. Le parti contestano che gli ipermercati abbiano una copertura geografica limitata, in quanto il [...] \*% delle stazioni di servizio Exxon e il [...] \*% delle stazioni di servizio BP/Mobil si trovano entro un raggio di cinque chilometri da un ipermercato. Ad ogni modo si noti che soltanto una parte degli ipermercati è dotata di stazioni di servizio: secondo alcuni ipermercati, soltanto una percentuale compresa tra il 35% e il 50% dei loro punti vendita è dotata di una stazione di servizio adiacente. Ne consegue che un impianto di proprietà delle parti notificanti che si trovi in prossimità di un ipermercato non necessariamente dovrà subirne la concorrenza. Inoltre le cifre fornite dalle parti fanno riferimento agli ipermercati nel loro complesso. Tali cifre, dunque, possono essere fuorvianti in quanto, sebbene gli ipermercati nel loro insieme possano raggiungere una copertura nazionale, la singola catena di ipermercati ha una presenza molto più limitata.
783. Di conseguenza dopo l'operazione le posizioni di mercato delle *major* non potrebbero essere seriamente minacciate dagli altri operatori concorrenti.
784. Alla luce di quanto precede, la concentrazione notificata creerà una posizione oligopolistica dominante di Exxon, BP/Mobil e Shell sul mercato britannico della vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione, con il risultato che la concorrenza effettiva sarà ostacolata in questo Stato membro, che rappresenta una parte significativa del SEE.



## F. LUBRIFICANTI PER L'AVIAZIONE

785. I lubrificanti per l'aviazione (definiti anche lubrificanti a base di esteri per turbine o oli lubrificanti di sintesi per turbine) sono utilizzati per la lubrificazione di turboreattori (aeromobili commerciali e velivoli militari) o per applicazioni aero-derivate (ovvero sviluppate sulla base delle tecnologia dei motori d'aviazione, come alcuni motori marini a turbina e alcuni turbogeneratori e altri accessori industriali). Come è illustrato nei considerando dedicati alla definizione del mercato del prodotto, i lubrificanti per aeromobili commerciali, i lubrificanti per velivoli militari e i lubrificanti per applicazioni aero-derivate rappresentano tre diversi mercati del prodotto.
786. Il loro processo di produzione segue più o meno le fasi tipiche della produzione dei lubrificanti ordinari, ossia la miscelazione degli oli base sintetici con additivi, sebbene gli ingredienti siano diversi da quelli utilizzati nella produzione dei lubrificanti comuni.
787. Come nel caso dei lubrificanti per autotrazione, il processo di produzione e il lubrificante finito richiedono, prima della commercializzazione e dell'utilizzo nelle attrezzature aeree, l'approvazione delle autorità competenti, in questo caso delle competenti autorità militari e degli OEM. Comunque, contrariamente a quanto accade per i lubrificanti per autotrazione e a causa dei più elevati standard di sicurezza che i lubrificanti per l'aviazione devono soddisfare, il processo di approvazione dei lubrificanti per l'aviazione è più lungo e rigoroso.
788. Esistono tre principali categorie di acquirenti di lubrificanti per l'aviazione, ovvero le linee aeree commerciali, gli organismi militari e vari clienti industriali.

### DEFINIZIONE DEL MERCATO

#### *Mercato del prodotto rilevante*

#### I lubrificanti comuni e i lubrificanti per l'aviazione non appartengono al medesimo mercato

789. Le parti sostengono che i lubrificanti per l'aviazione appartengono al medesimo mercato dei lubrificanti comuni (per autotrazione e per uso industriale) esaminati sopra. Sebbene le due categorie di lubrificanti non siano sostituibili sul fronte della domanda, le parti affermano che essi sono sostituibili sul fronte dell'offerta e che pertanto i produttori di lubrificanti comuni, che non sono attivi nel settore dei lubrificanti per l'aviazione, possono, prontamente e in tempi rapidi, convertire il loro procedimento di produzione al fine di produrre lubrificanti per l'aviazione. La loro argomentazione si fonda su tre punti: in primo luogo le materie prime necessarie per la miscelazione dei lubrificanti per l'aviazione (ad esempio gli oli a base di poliolesteri e gli additivi) sono facilmente reperibili; in secondo luogo, l'attrezzatura di miscelazione è la stessa per entrambe le categorie di lubrificanti; e, da ultimo, esiste complessivamente un eccesso di capacità di miscelazione che rende economicamente possibile adibire ad altro uso le infrastrutture di miscelazione. Pertanto la sostituzione sul fronte dell'offerta con altri lubrificanti per autotrazione sarebbe possibile pulendo le attrezzature di miscelazione utilizzate in precedenza per

i lubrificanti per autotrazione e convertendole, entro un periodo di tempo relativamente breve, in attrezzature dedicate alla produzione di lubrificanti per l'aviazione.

790. L'indagine di mercato è giunta alla conclusione che i lubrificanti ordinari (per autotrazione o per uso industriale) e i lubrificanti per l'aviazione rappresentano due mercati separati. Sul fronte della domanda è chiaro che non vi è sostituibilità. I più elevati standard di sicurezza cui i lubrificanti per l'aviazione devono conformarsi e i diversi ambienti operativi dei motori aerei e dei motori degli autoveicoli eliminano ogni possibile sostituzione sul fronte della domanda con i lubrificanti comuni per autotrazione. Le parti non negano tale conclusione. Sul fronte dell'offerta le argomentazioni delle parti non portano a confermare l'esistenza di un unico mercato, in quanto si basano soltanto sugli aspetti puramente logistici della sostituzione dell'offerta. Anche supponendo che la sostituzione dell'attrezzatura di miscelazione sia tecnicamente possibile (sebbene altri produttori interrogati abbiano espresso riserve in proposito) e che un miscelatore di lubrificanti ordinari possa iniziare a miscelare lubrificanti per l'aviazione, il pieno accesso al mercato non può tuttavia essere raggiunto facilmente né velocemente, in quanto è caratterizzato da significativi ostacoli che saranno esposti nei considerando che seguono. Inoltre non soltanto i lubrificanti comuni non possono sostituire i lubrificanti per l'aviazione ma, come si evince dai considerando che seguono, esistono mercati del prodotto ancora più ristretti relativi ai lubrificanti per l'aviazione utilizzati nei motori degli aeromobili commerciali e militari e nelle applicazioni aero-derivate.

#### Applicazioni commerciali, militari e aero-derivate

791. L'esistenza di tre mercati più ristretti relativi ai lubrificanti per l'aviazione è dimostrata dall'assenza di sostituzione sul fronte della domanda e dell'offerta fra le tre categorie summenzionate. L'assenza di sostituzione sul fronte della domanda è il risultato di una serie di caratteristiche qualitative che limitano l'ambito d'uso dei tre rispettivi prodotti. I lubrificanti per l'aviazione utilizzati nei motori degli aeromobili commerciali devono soddisfare requisiti di qualità e sicurezza più elevati rispetto ai lubrificanti utilizzati nei motori dei velivoli militari (i motori dei velivoli militari sono revisionati con elevata frequenza e il tempo tra una revisione e l'altra è compreso tra le 200 e le 1.000 ore di volo, contro le 20.000 ore degli aeromobili commerciali). L'assenza di sostituzione sul fronte dell'offerta è il risultato dei diversi requisiti tecnici e dei diversi tempi necessari per accedere a ciascun mercato dei lubrificanti per l'aviazione. Per potere entrare a pieno titolo nel mercato dei lubrificanti per aeromobili commerciali, il potenziale fornitore dovrà eseguire alcune tipiche procedure prima che il prodotto sia commercializzato. La procedura tipica, descritta di seguito, può richiedere fino a sei anni per i lubrificanti utilizzati nei motori dei velivoli militari e fino a dodici anni per i lubrificanti impiegati nei motori degli aeromobili commerciali.
792. Per ottenere un prodotto commerciabile che possa soddisfare le esigenze della maggioranza delle linee aeree che operano flotte miste, un fornitore deve condurre una ricerca esaustiva in base alla formulazione del prodotto. Il tempo totale necessario per questa prima fase può variare da tre mesi per i produttori insediati fino a quattro anni per i nuovi operatori. In questa fase un fornitore potrebbe scegliere di non avviare alcuna procedura di accreditamento per l'uso in applicazioni militari e/o commerciali ma di produrre e commercializzare prodotti destinati ad applicazioni

industriali (ossia motori a turbina utilizzati per la trivellazione petrolifera, il pompaggio di gas o la produzione di energia elettrica, oppure i motori marini a turbina). Di conseguenza, perché un fornitore inizi a vendere prodotti concepiti per l'uso su velivoli militari o aeromobili commerciali, saranno necessarie le approvazioni degli OEM o delle autorità militari. In primo luogo un fornitore deve ottenere le autorizzazioni degli enti militari statali (ad esempio, la Marina USA, il Ministero della difesa britannico, la DGA francese e così via). Tale processo comporta l'esecuzione di prove di laboratorio (*glassware and rig*) e di prove motore al banco, può richiedere un periodo fino a due anni e di solito è una condizione preliminare per la richiesta dei collaudi OEM, oppure è necessario prima della piena approvazione da parte degli OEM. Anche in questo caso il fornitore può scegliere di non richiedere l'approvazione OEM, che difatti è necessaria soltanto per i prodotti da utilizzare sugli aeromobili commerciali. In tal caso, un fornitore può concentrarsi sui lubrificanti destinati al settore militare. Secondo le parti, il mercato dei lubrificanti per i velivoli militari si basa su gare d'appalto, non comporta la fedeltà al marchio ed è maggiormente selettivo.

793. La fase successiva per accedere a pieno titolo al mercato dei lubrificanti per aeromobili commerciali è l'approvazione OEM. Essa consiste nell'accreditamento del prodotto nella maggioranza dei motori d'aviazione e degli accessori utilizzati dalle linee aeree commerciali. Di norma tale accreditamento comprende sette principali produttori di motori (quali General Electric, Rolls Royce, Pratt & Whitney, Allied Signal, Snecma, International Aero Engines, CFM International), venti modelli principali di motori, quattro principali produttori di accessori e quattro accessori principali (APU, CSD, IDG e ATS)<sup>70</sup>. La procedura prevede l'esecuzione di prove di laboratorio (*glassware and rig*), prove motore al banco per modello e un lungo periodo di valutazione delle prestazioni in volo per modello. Secondo le stime delle parti, il periodo compreso fra l'inizio della formulazione e la completa approvazione e commercializzazione dei lubrificanti per aeromobili commerciali può durare fino a dodici anni. Ad ogni modo le parti rilevano la tendenza a ridurre i tempi necessari all'ottenimento delle approvazioni commerciali OEM. Alcuni produttori di motori non richiedono valutazioni in volo per alcuni dei loro prodotti. Ad esempio Pratt & Whitney ha rivisto il proprio programma e richiede la valutazione soltanto su un motore, riducendo così i tempi e i costi necessari per passare dall'approvazione per i velivoli militari a quella per gli aeromobili commerciali rispettivamente a [...] anni e a [...] USD. Le parti spiegano che il lasso di tempo medio necessario per ottenere l'approvazione OEM per scopi commerciali sarebbe ora compreso tra [...] e [...] anni e costerebbe da [...] USD a [...] USD. In ogni caso si tratta ancora di un notevole ostacolo all'entrata.
794. Dal punto di vista tecnico, i lubrificanti per aeromobili commerciali potrebbero essere utilizzati nei velivoli militari, mentre non è possibile il contrario. Ciò è dovuto ai collaudi supplementari necessari per ottenere l'approvazione per l'aviazione civile. Inoltre i lubrificanti destinati ad applicazioni aero-derivate devono sottostare a procedure minime di approvazione. Sotto il profilo tecnico, i lubrificanti per aeromobili commerciali e i lubrificanti per velivoli militari potrebbero entrambi essere utilizzati per tali applicazioni, mentre non è tecnicamente fattibile il contrario. Un esempio della sostituzione a senso unico di cui sopra è che la maggioranza delle

---

70 *Auxiliary Power Unit, Constant Speed Driver, Integrated Drive Generator e Air Turbine Starter*

linee aeree utilizza il medesimo prodotto per tutte le applicazioni aeree (attrezzature di terra e di bordo) e per tale motivo acquistano soltanto i migliori lubrificanti per aeromobili commerciali approvati dagli OEM<sup>71</sup>. Pertanto si può affermare che la sostituibilità della domanda e dell'offerta opera in un'unica direzione. Un ulteriore esempio è fornito dall'esiguo numero di fornitori delle linee aeree commerciali (Exxon, Mobil e, in minor misura, Shell e Castrol) e dal maggior numero di fornitori nel settore militare (le summenzionate *major* oltre ad alcuni produttori minori specializzati, quali NYCO, Henkel, Hatco ecc.).

795. Sulla base di quanto precede, è corretto concludere che il settore dei lubrificanti per l'aviazione è costituito da tre diversi mercati del prodotto, distinti in base all'uso cui tali prodotti sono destinati. L'operazione avrà una concreta incidenza sul mercato dei lubrificanti per aeromobili commerciali.

#### ***Mercato geografico rilevante***

796. Le parti sostengono che il mercato geografico ha dimensioni mondiali, affermando che la maggioranza dei produttori rifornisce la propria rete mondiale approvvigionandosi da uno o da alcuni impianti; che i lubrificanti per l'aviazione sono trasportati facilmente e a basso costo; che i prezzi sono simili nelle varie regioni del mondo; e che non esistono barriere commerciali. L'indagine di mercato ha confermato la definizione di cui sopra per tutte le tipologie di lubrificanti per l'aviazione. Si ritiene dunque che il mercato geografico abbia dimensioni mondiali.

#### **VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA**

797. Exxon e Mobil rappresentano il [60-70]\*% della produzione e delle vendite mondiali di lubrificanti a base di esteri per turbine (Exxon: [30-40]\*%; Mobil: [20-30]\*%). Gli altri fornitori principali sono Shell ([0-10]\*%), Castrol ([0-10]\*%), NYCO ([0-10]\*%) e altri ([20-30]\*%).
798. Nel mercato dei lubrificanti per motori di aeromobili commerciali la quota di mercato combinata delle parti che intervengono nell'operazione è notevolmente più elevata. Secondo le stime delle parti, la loro quota di mercato combinata alla fine del 1997 era del [80-90]\*% (Exxon: [40-50]\*%; Mobil: [40-50]\*%, Shell: [0-10]\*%; altri: [0-10]\*%). Le linee aeree e i concorrenti interrogati durante l'indagine di mercato hanno indicato che l'entità derivante dalla fusione finirebbe per detenere oltre il [0-90]\*% del mercato e che ora Shell e Castrol sarebbero gli unici fornitori alternativi disponibili, rispettivamente con il [0-10]\*% e il [0-10]\*% (vale la pena di notare che nessuna linea aerea statunitense è cliente di Shell, la quale vende in misura marginale ai vettori commerciali europei).
799. Exxon e Mobil sembrano detenere sul mercato un predominio quasi incontrastato che, secondo alcuni concorrenti, è dovuto alle condizioni storiche del mercato. L'industria dei lubrificanti per l'aviazione ha sofferto di una scarsa redditività e di un'elevata base dei costi a causa delle continue attività di ricerca e sviluppo rese necessarie dai

---

71. Viene riportato che, allo scopo di ridurre i rischi relativi alla sicurezza, le linee aeree utilizzano uno stesso lubrificante approvato dagli OEM per le applicazioni a terra e a bordo degli aeromobili, al fine di scongiurare l'eventualità che un lubrificante per applicazioni aero-derivate non approvato sia utilizzato per errore nel motore di un aeromobile.

progressi tecnologici realizzati nella costruzione dei velivoli. Di conseguenza molti fornitori si sono ritirati dal mercato. Tutte le parti interrogate hanno indicato l'elevato livello di impegno richiesto dal mercato dei motori degli aeromobili commerciali. Le compagnie che partecipano all'operazione si sono dedicate a questa attività sin dall'inizio dello sviluppo della tecnologia delle turbine per turboreattori e sono diventate i fornitori di elezione di tutte le principali linee aeree. Le parti sostengono che la più ampia quota da esse detenuta su questo mercato è dovuta al loro impegno decennale in questo settore, mentre altri fornitori di lubrificanti per l'aviazione si sono concentrati sugli altri due mercati (Castrol sul settore industriale e militare, Shell sul settore militare e su altri prodotti per l'aviazione, Hatco sulle vendite di oli a base di esteri, sul *rebranding* e sulle vendite nel settore militare). Le parti affermano di non detenere alcun predominio tecnologico incontrastato, in quanto la tecnologia necessaria per competere sarebbe matura. Probabilmente questa affermazione è esatta ma resta il fatto che esistono notevoli ostacoli all'entrata nel mercato a causa delle procedure di approvazione che rendono improbabile l'accesso di nuovi operatori anche in caso di un aumento dei prezzi.

800. In effetti gli altri produttori di lubrificanti per l'aviazione sono solitamente produttori di lubrificanti e prodotti chimici specialistici che si concentrano principalmente sulle applicazioni aero-derivate, mentre alcuni di loro si dedicano alle applicazioni militari. Hatco (US) è uno dei principali fornitori di oli a base di esteri che fornisce soprattutto prodotti destinati ad applicazioni militari e aero-derivate e dispone di alcune approvazioni commerciali ottenute insieme a Shell. NYCO (FR) è un fornitore indipendente che offre prevalentemente prodotti per l'aviazione militare e che dispone delle approvazioni di alcuni produttori di motori. Anderol (US) è soprattutto un fornitore di prodotti per applicazioni aero-derivate, con una modesta attività nel ramo delle applicazioni per l'aviazione militare. Henkel (US) è un fornitore di estere che ha un'attività specializzata nel campo delle applicazioni militari ed aero-derivate e non dispone di approvazioni per l'aviazione commerciale. Gli altri produttori di lubrificanti a base di esteri per turbine e i mercati del prodotto che essi approvvigionano sono: Arpol Petroleum (USA, commercializzato con nuova marca, settore militare); BP Marine Ltd (Regno Unito, commercializzato con nuova marca, settore industriale); Caltex (USA, commercializzato con nuova marca, settore industriale); Delta Petroleum (USA, commercializzato con nuova marca, settore militare, industriale); Hexagon (USA, commercializzato con nuova marca, settore militare, industriale); Petron International (USA, commercializzato con nuova marca, settore militare); Total (Francia, commercializzato con nuova marca, settore militare); Velsicol (USA, commercializzato con nuova marca, settore militare, industriale).
801. È chiaro che Exxon e Mobil sono i principali fornitori di prodotti lubrificanti per l'aviazione, di loro produzione, destinati ai motori degli aeromobili commerciali e dispongono della maggiore capacità di produzione di lubrificanti per l'aviazione. La concorrenza effettiva sul mercato dei lubrificanti per aeromobili commerciali è limitata ai due fornitori che intervengono nella concentrazione (i loro rispettivi aumenti di prezzo negli ultimi cinque anni sono stati del [...] \*% e del [...] \*%). Qualsiasi vantaggio negoziale residuo per i clienti sarà dunque annullato dall'eliminazione della concorrenza tra le due società.
802. Le parti affermano che, qualora l'entità derivante dalla concentrazione dovesse aumentare i prezzi al di sopra dei livelli concorrenziali, i fornitori esistenti incrementerebbero le loro vendite e altri potenziali concorrenti accedrebbero al

mercato. L'indagine ha dimostrato che la domanda di lubrificanti per i motori degli aeromobili commerciali è anelastica perché il costo dei lubrificanti rappresenta una minima parte del costo totale dei prodotti per l'aviazione delle linee aeree commerciali e perché tali clienti hanno dato priorità alla massima sicurezza in volo. Tale priorità aumenta i costi di conversione e impedisce alle compagnie aeree di ricercare altri fornitori. Ad esempio le parti hanno spiegato che i clienti sono incentivati a continuare ad approvvigionarsi dal loro attuale fornitore, per evitare i costi connessi alla scelta di un'altra marca di olio lubrificante e a tutte le operazioni correlate: notifica e presentazione di moduli alle autorità responsabili dell'aviazione (compresa la Federal Aviation Authority se volano negli USA.), sostituzione di tutte le copie dei manuali d'uso e di manutenzione e trasmissione di avvisi a tutti gli aeroporti nei quali fanno scalo. Inoltre, secondo le parti, le decisioni di acquisto di lubrificanti sono adottate dalle linee aeree sulla base di valutazioni delle prestazioni tecniche e pregresse che non sono, quindi, strettamente correlate ai prezzi.

803. Con una quota di mercato combinata pari al  $[0-90]*\%$ , l'entità nata dalla concentrazione sarebbe certamente nella posizione di agire indipendentemente dai suoi concorrenti e clienti. Le parti affermano che, malgrado la bassa elasticità della domanda in rapporto al prezzo, l'entrata di nuovi operatori nel mercato sarà provocata, con maggiore probabilità, da concorrenti esistenti quali Castrol, Hatco e Shell, i quali potrebbero espandere la loro produzione di lubrificanti per motori di velivoli militari e per applicazioni aero-derivate. Le parti sostengono inoltre che l'entrata di nuovi concorrenti sarebbe incoraggiata dalle linee aeree in risposta al rialzo dei prezzi. L'indagine di mercato ha dimostrato che l'entrata nel mercato può non essere necessariamente incoraggiata dalla prevista crescita della domanda (1-2% nei prossimi cinque anni) e potrebbe essere sostanzialmente ostacolata dall'elevato costo marginale di entrata, relativo ai requisiti di approvazione e alla necessità di garantire la redditività tramite accresciuti volumi di vendita. Inoltre le parti hanno affermato che, affinché un fornitore di lubrificanti per motori di aeromobili commerciali possa competere in tale mercato in maniera sostenibile e ottimale, potrebbe essere necessaria una quota di mercato minima del 20%. In effetti i fornitori esistenti sono in numero ridotto e condividono un parco clienti più ristretto, mentre negli ultimi venti anni non sono entrati nuovi operatori nel mercato dei lubrificanti per i motori degli aeromobili commerciali.
804. Le parti sostengono che le linee aeree loro clienti hanno un notevole potere d'acquisto e sottolineano che la tendenza alla concentrazione nell'industria delle aerolinee sta accrescendo il contropotere di queste ultime. Tuttavia oltre al fatto che i lubrificanti per l'aviazione non rappresentano una voce di spesa significativa per le linee aeree, l'indagine ha rivelato che la tendenza alla concentrazione condurrà le alleanze strategiche tra linee aeree a concentrare l'attenzione sui costi e sulla vendita di posti e, a meno che i loro dipartimenti di *engineering* non si uniscano, tale potere potrebbe non avere mai alcuna rilevanza nei confronti dei fornitori di lubrificanti. Le parti suggeriscono inoltre che un aumento di prezzo al di sopra del livello concorrenziale avrebbe effetti avversi su svariati altri prodotti per l'aviazione che le medesime linee aeree potrebbero acquistare dallo stesso fornitore. Tuttavia le linee aeree interrogate considerano i lubrificanti per l'aviazione prodotti a sé stanti e ritengono che, qualora non siano disponibili lubrificanti sostitutivi, l'esistenza di altri prodotti per l'aviazione non possa influenzare le relazioni commerciali in corso riguardanti i lubrificanti per motori di aeromobili commerciali.

805. L'operazione riunirà i maggiori fornitori attualmente concorrenti, che dunque cesseranno di competere fra loro, e condurrà alla creazione di una posizione dominante dell'entità nata dalla concentrazione sul mercato dei lubrificanti per l'aviazione utilizzati nei motori degli aeromobili commerciali.

## **G. CARBURANTI PER L'AVIAZIONE**

### **MERCATO DEL PRODOTTO**

806. Il carburante per l'aviazione (o carburante per aviogetti) è un carburante di tipo cherosene utilizzato nell'alimentazione dei turboreattori. Sebbene sia simile al cherosene per uso domestico (utilizzato a scopo di riscaldamento, in particolare nel Regno Unito), esso soddisfa severe specifiche di prestazione. Conformemente alle decisioni precedenti (BP/Mobil, Shell/Gulf Oil), i carburanti per l'aviazione rappresentano un mercato del prodotto separato da quello degli altri carburanti (quali la benzina, il diesel per autotrazione e i carburanti per la nautica). Anche le parti notificanti condividono tale opinione.

### **MERCATO GEOGRAFICO**

807. Le parti sostengono che il mercato dei carburanti per l'aviazione ha una dimensione mondiale, o comunque più ampia del SEE. A sostegno di tale tesi, esse fanno riferimento al fatto che i carburanti per l'aviazione sono venduti grazie all'aggiudicazione di contratti di fornitura mondiali con le varie linee aeree, che richiedono ai fornitori di consegnare il prodotto negli aeroporti di tutto il mondo. Inoltre la definizione del prezzo è collegata all'indice Platt's, cosicché i prezzi dei carburanti per l'aviazione sui mercati cargo di tutto il mondo sono fortemente allineati.

808. La Commissione non ritiene che questi elementi siano tali da configurare un unico mercato mondiale. È necessario operare una distinzione fra la produzione di carburanti per l'aviazione, che può avere una dimensione mondiale, e la reale fornitura di carburanti per l'aviazione in località specifiche, ove la logistica infrastrutturale può limitare la portata geografica della concorrenza.

809. Sebbene i prezzi franco raffineria e i prezzi del mercato cargo possano essere allineati, tale allineamento è dovuto alla natura del prodotto, che è un prodotto di base, e riflette un allineamento generale dei prezzi dei prodotti petroliferi raffinati. Data l'uniformità dei prezzi delle materie prime (greggio) e la struttura più o meno uniforme dei costi dei processi di raffinazione e dei costi del trasporto nel mondo, ci si potrebbe attendere, come nel caso di altri prodotti della raffinazione, che i carburanti per l'aviazione mostrino un prezzo uniforme a livello mondiale. Tuttavia nel contesto della fornitura di carburanti per l'aviazione ad aeroporti specifici, il carattere mondiale di questo mercato viene meno. Sebbene le linee aeree lancino gare d'appalto mondiali, esse non scelgono necessariamente uno stesso fornitore per tutte le loro esigenze a livello mondiale. Al contrario, esse scelgono l'offerente che risulta più interessante per uno specifico aeroporto, in base ai punti di forza e ai vantaggi offerti dai fornitori in un determinato luogo. Inoltre i prezzi applicati per caricare il prodotto sul velivolo possono variare da un contratto all'altro. I contesti della concorrenza possono variare da un aeroporto, o da un luogo, all'altro. Ciò è principalmente dovuto all'infrastruttura di distribuzione per la fornitura di carburanti ai vari aeroporti, che in genere è dedicata a un aeroporto specifico. Pertanto per aggiudicarsi i contratti con le linee aeree i fornitori non solo devono produrre carburanti per l'aviazione ma devono anche potere accedere all'infrastruttura specifica di distribuzione e carico che permetterà loro di commercializzare efficacemente il



loro prodotto nella fase finale della catena di approvvigionamento, ossia a bordo dell'aeromobile.

810. Anche i concorrenti interrogati durante l'indagine di mercato hanno contestato la portata mondiale di tale mercato. Essi hanno indicato che possono esistere mercati specifici corrispondenti ai vari aeroporti, anche laddove più aeroporti si trovino nella medesima zona (ad esempio gli aeroporti londinesi di Heathrow, Gatwick e London City). In tal senso sul fronte della domanda se il prezzo del carburante per aviogetti aumentasse in un aeroporto, una linea aerea non sarebbe in grado di orientarsi su un altro aeroporto per usufruire del carburante più economico, soprattutto a causa della limitata disponibilità di slot. Sul fronte dell'offerta, la capacità di una compagnia petrolifera di passare a rifornire un aeroporto piuttosto che un altro, dipende dall'accesso all'infrastruttura logistica. Anche la sostituibilità sul fronte dell'offerta è dunque limitata.
811. Le parti ammettono che l'accesso all'infrastruttura di fornitura aeroportuale è importante ma affermano che esiste una forte competizione tra svariati fornitori, molti dei quali sono presenti in più aeroporti mentre altri hanno costituito *joint venture* nei settori dello stoccaggio aeroportuale e delle attività di rifornimento a bordo.
812. Sebbene questa affermazione non sia errata, l'indagine ha comunque dimostrato che, in seguito alla concentrazione, almeno in un aeroporto europeo – l'aeroporto londinese di Gatwick – l'infrastruttura di distribuzione esistente potrebbe gravemente limitare l'accesso di nuovi fornitori a tale aeroporto, mentre potrebbe concretamente influenzare le condizioni di accesso dei fornitori esistenti. Gatwick è rifornito tramite una rete di condotte dedicate, una delle quali appartiene a Exxon mentre l'altra appartiene ad un consorzio tra Shell, Mobil, BP e Texaco. In tal senso l'offerta e la domanda di carburanti per l'aviazione a Gatwick non possono essere raggruppate con quelle di un altro aeroporto, e nemmeno con quelle di aeroporti vicini, come Heathrow o London City. Le linee aeree che operano da Gatwick non possono dunque trarre vantaggio da una variazione di prezzo che si verifichi in un altro aeroporto in modo da spostare la loro domanda su quell'aeroporto. Le società fornitrici non sarebbero in grado di interrompere le forniture a Gatwick indirizzandole verso un altro aeroporto, poiché ciò dipenderebbe dall'accesso all'infrastruttura logistica. In questo senso le condizioni della domanda e dell'offerta per Gatwick sembrano costituire un sistema chiuso, che non permette la sostituzione tra aeroporti, poiché la domanda e l'offerta possono incontrarsi soltanto a livello locale. In tali circostanze, si può concludere che la fornitura di carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick rappresenta un mercato geografico distinto.
813. L'aeroporto di Gatwick rappresenta una parte sostanziale del mercato comune. In termini di traffico aereo, Gatwick è il quinto aeroporto del SEE. Inoltre in termini di consumo di carburanti per l'aviazione Gatwick rappresenta il 25% del consumo totale nel Regno Unito (Heathrow rappresenta il 55%, mentre gli altri aeroporti del Regno Unito assorbono nel loro complesso il 20%) e il 6% delle vendite totali di carburanti per l'aviazione del SEE<sup>72</sup>.

---

72. Nella sua decisione del 6 luglio 1994 (Caso IV/M.460 - Holdercim/Cedest) (GU n. C 211 del 2.8.1994), la Commissione aveva affermato che i mercati che rappresentano 'meno dell'uno per cento del consumo comunitario del prodotto' costituiscono una parte non sostanziale del mercato comune.

### ***Approvvigionamento e infrastruttura***

814. Secondo le parti, le linee aeree sono i principali clienti di carburanti per l'aviazione. Esse acquistano carburante franco bordo, il che significa che i fornitori devono avere accesso all'infrastruttura logistica per trasportare il prodotto dalla loro raffineria o terminale di importazione fino all'aeroporto e a bordo dell'aeromobile. Tale infrastruttura può essere di proprietà delle principali compagnie petrolifere o di terzi, incluso lo Stato. La maggioranza degli aeroporti è rifornita tramite condotte, di solito direttamente da varie raffinerie. Per il trasporto dalla raffineria all'aeroporto possono essere altresì utilizzati la ferrovia e le chiatte, sebbene tali alternative possano essere più costose. All'aeroporto il carburante deve essere immagazzinato e deve poter sedimentare per almeno due giorni. Dallo stoccaggio aeroportuale, il carburante è trasportato fino alla piazzola dell'aeromobile tramite un sistema di condotte a idrante, oppure con speciali camion. Quest'ultima fase è definita anche “operazione *into-plane*”, ovvero operazione di caricamento a bordo. Nei settori dello stoccaggio aeroportuale e delle attività di caricamento a bordo, i fornitori hanno costituito *joint venture* per ridurre i costi e ottenere buoni risultati di produttività. Tuttavia la situazione potrebbe essere diversa per quanto riguarda il trasporto dei carburanti dalla raffineria o dal terminale di importazione all'aeroporto, in quanto l'esistenza di reti di condotte proprietarie o già sature potrebbe limitare notevolmente l'accesso e dunque compromettere l'entrata e/o l'espansione sul mercato. Il caso dell'aeroporto di Gatwick ne è un esempio.

### ***Forniture di carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick***

815. In seguito alla concentrazione, la nuova entità rappresenterà il [40-50]\*% delle forniture di carburanti per l'aviazione a Gatwick. Questa quota di mercato sarà associata ad un'elevata percentuale di possesso dei mezzi di fornitura più concorrenziali (condotte di proprietà di compagnie, quali la West London Pipeline, la Walton Gatwick Pipeline e l'attuale rete Exxon, che collega direttamente la sua raffineria di Fawley a Gatwick). Secondo i concorrenti, tutti gli altri mezzi di approvvigionamento o sono soggetti a limitazioni di capacità o sono notevolmente svantaggiati sotto il profilo della concorrenza. Inoltre Exxon controllerà una parte sostanziale della capacità di raffinazione dei carburanti per l'aviazione dell'Inghilterra sud-orientale, in quanto possiede la raffineria di Fawley e acquisirà il controllo congiunto della raffineria di Coryton, che attualmente appartiene a BP/Mobil. Si noti che l'unica altra raffineria disponibile in questa regione, Shellhaven, chiuderà alla fine dell'anno, il che significa che l'entità derivante dalla fusione concentrerà nelle proprie mani tutta la capacità di raffinazione del sud-est dell'Inghilterra (Mobil ha diritto a prelevare il [...] \*% del carburante per l'aviazione da Coryton per la distribuzione nazionale – si noti che i carburanti per l'aviazione e i carburanti per la nautica non rientrano nelle attività dell'attuale *joint venture* BP/Mobil). La quota combinata delle parti per quanto riguarda le forniture di carburante agli aeroporti di Heathrow e London City è rispettivamente del [30-40]\*% e del [40-50]\*%. Le parti, inoltre, non controllerebbero un'elevata percentuale dell'infrastruttura pertinente utilizzata per rifornire tali aeroporti.
816. Dopo la concentrazione, la nuova entità controllerà una parte sostanziale della logistica delle condotte che servono Gatwick e una parte ancora più consistente delle condotte di proprietà delle compagnie (si vedano, in allegato, le tabelle delle forniture, presentate dalle parti e dai concorrenti). Exxon possiede una condotta che

collega la sua raffineria di Fawley a Gatwick. Nessun terzo può accedervi (ad eccezione di British Airways, alla quale sono stati concessi diritti limitati di passaggio per il proprio approvvigionamento). L'unica via alternativa che collega direttamente all'aeroporto di Gatwick è la condotta UKOP, attraverso le condotte Walton e West London. È stato segnalato che tale condotta non dispone attualmente di una capacità sufficiente. La partecipazione in queste condotte è illustrata nella tabella che segue:

Condotte di proprietà delle compagnie per il trasporto del carburante all'aeroporto di Gatwick

%	Shell	Mobil	TotalFina	Texaco	BP	Chevron
UKOP	[...]*					
West London						
Walton						

817. Gli altri mezzi di accesso alternativi non sono concorrenziali. Il trasporto ferroviario costerebbe ulteriori 5 GBP per tonnellata. La GPSS (una condotta di proprietà statale a libero accesso) non conduce direttamente a Gatwick ma deve passare dalla condotta Walton ([...]\*% Mobil). Questa alternativa non è praticabile, innanzitutto perché costerebbe 5 GBP in più alla tonnellata e inoltre perché la linea GPSS-Walton è satura. Una via di accesso alternativa, attraverso la GPSS dall'estuario nord del Tamigi via Aldermaston, è praticamente da escludere, in quanto in alcuni punti chiave il carburante non scorre in direzione di Gatwick. Anche supponendo che possa essere consentito l'accesso alla condotta Walton, che accede direttamente a Gatwick, è indispensabile passare attraverso la condotta West London ([...]\*% Mobil) che, a quanto pare, ha una capacità limitata.
818. Dato che il costo di accesso agli aeroporti tramite condotte di proprietà delle compagnie è di circa [...]\* GBP per tonnellata, sono notevolmente svantaggiati sul piano della concorrenza i fornitori che devono affidarsi a queste vie alternative. Di conseguenza, l'entità risultante dalla concentrazione avrà effettivamente un vantaggio logistico su tutti gli altri concorrenti per qualsiasi capacità di approvvigionamento aggiuntiva. Questo svantaggio competitivo è ancora più grave per quegli operatori che non detengono una partecipazione nelle condotte esistenti. Questo fattore può fungere da grave deterrente all'entrata nel mercato, in quanto è il costo logistico a determinare il margine e dunque il prezzo che può essere praticato nei confronti di una linea aerea (infatti il costo del prodotto è ampiamente basato sull'indice Platt's e gli altri costi principali sono costi di accesso e costi di caricamento a bordo. Questi ultimi sono identici per tutti gli operatori che sono riusciti ad accedere all'aeroporto).
819. Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti asseriscono che, oltre alle due condotte principali per la fornitura di carburante all'aeroporto di Gatwick, esistono almeno tre vie alternative, in particolare varie porzioni delle condotte GPSS di proprietà statale. Si noti, tuttavia, che tutte queste vie di accesso alternative sono indirettamente collegate a Gatwick attraverso la condotta Walton. Poiché non permettono l'accesso diretto all'aeroporto di Gatwick, esse non possono essere considerate un'alternativa alle due condotte principali.

820. Le parti sottolineano anche che, mentre le principali condotte verso Gatwick sono sature oppure hanno quasi raggiunto la capacità massima, l'espansione delle condotte dedicate è relativamente semplice, qualora i proprietari decidessero in tal senso. Tuttavia è un dato di fatto che, in conseguenza della concentrazione, Exxon/Mobil avrà il controllo esclusivo di una condotta e deterrà una partecipazione significativa nell'unica via alternativa di accesso a Gatwick. L'entità derivante dalla concentrazione è dunque nella posizione di potere limitare l'accesso a questa infrastruttura, come pure di limitarne l'espansione. In conclusione, il controllo da parte della nuova entità di gran parte dell'infrastruttura essenziale, l'accesso alla quale è necessario per fornire carburante all'aeroporto di Gatwick, può avere per effetto di precludere agli altri fornitori di carburante l'accesso al mercato della fornitura di carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick.
821. In termini di fonti di approvvigionamento, è opportuno notare che, dopo la chiusura di Shellhaven, la raffineria di Fawley, appartenente a Exxon, e quella di Coryton, di proprietà di Mobil, diventeranno le fonti di approvvigionamento di carburanti per Gatwick di gran lunga più concorrenziali. [...]\*. Altre raffinerie britanniche con accesso alla rete di distribuzione del sud-est dell'Inghilterra non hanno una capacità eccedente di carburanti per l'aviazione (nel 1998 il Regno Unito è stato un importatore netto di 1,6 milioni di tonnellate di carburanti per l'aviazione). Inoltre, a parte le raffinerie di Fawley e Coryton, la principale fonte di approvvigionamento è il mercato cargo. Il mercato cargo può determinare un notevole svantaggio a livello di prezzi, poiché attualmente il differenziale di costo CIF/FOB è di circa [...]\* GBP per tonnellata. Inoltre attualmente non vi è accesso concorrenziale a Gatwick dai principali terminali di importazione, poiché l'accesso si baserà sulle condotte di proprietà delle compagnie e/o sulle condotte GPSS o sul trasporto ferroviario. Le ultime due soluzioni non sono concorrenziali o sono impraticabili, come indicato sopra.
822. Le parti negano che controllerebbero le fonti di approvvigionamento più concorrenziali per il mercato in questione. A tale proposito, esse sottolineano la presenza di un certo numero di concorrenti che riforniscono l'aeroporto di Gatwick dalle raffinerie site all'esterno del sud-est dell'Inghilterra. A tale riguardo, mentre è assodato che altri operatori forniscono carburanti per l'aviazione a Gatwick da impianti produttivi che non sono ubicati in prossimità dell'aeroporto, resta pur sempre il fatto che l'entità derivante dalla concentrazione sarà in una posizione tale da rifornire il mercato dei carburanti per l'aviazione dalle raffinerie che si trovano in una posizione favorevole. In altre parole, la prossimità delle raffinerie di Exxon e Mobil all'aeroporto di Gatwick rappresenta un vantaggio concorrenziale significativo.

***Creazione di una posizione dominante sul mercato delle forniture di carburante per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick***

823. Attualmente Exxon detiene quote significative della fornitura di carburanti per l'aviazione a Gatwick. In seguito alla concentrazione, questa posizione sarà ulteriormente rafforzata. L'entità risultante dalla concentrazione fornirà il [40-50]\*% di carburanti per l'aviazione a Gatwick. Le parti convengono con tale stima. Oltre alla propria condotta, Exxon acquisirà le quote di Mobil nelle tre condotte di proprietà dell'industria ([...]\*% di UKOP, [...]\*% di West London e [...]\*% di Walton Gatwick). Inoltre l'entità derivante dalla concentrazione possederà l'unica capacità di raffinazione concorrenziale della regione.

824. Inoltre, secondo i concorrenti, Exxon detiene una capacità inutilizzata di 1,1 milioni di tonnellate nelle sue condotte e potrebbe utilizzare questa capacità aggiuntiva per accaparrarsi un'eventuale crescita marginale della domanda a Gatwick. Si prevede che tale domanda raddoppierà nel corso dei prossimi dieci anni. Gli altri fornitori non dispongono di capacità inutilizzate, a livello di raffinazione o di condotte, che possano consentire di sfruttare un'eventuale crescita ulteriore del mercato.
825. Un concorrente e una grossa compagnia aerea cliente, operanti negli aeroporti britannici, compreso Gatwick, si sono dette contrariate dalla posizione che l'entità derivante dalla concentrazione acquisirebbe in relazione alla fornitura di carburanti per l'aviazione a Gatwick. Sulla base di quanto esposto nei considerando che precedono, la Commissione ritiene che l'operazione porterà alla creazione di una posizione dominante sul mercato della fornitura di carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick, nel Regno Unito.

#### **IV. IMPEGNI E VALUTAZIONE**

826. Il 3 settembre 1999 le parti hanno presentato alcuni impegni che intendono assumersi allo scopo di eliminare i problemi di concorrenza indicati dalla Commissione nella comunicazione degli addebiti del 26 luglio 1999. Il 20 settembre 1999 le parti hanno presentato alcune modifiche a detti impegni, tenendo conto di alcuni adattamenti richiesti dalla Commissione alla luce, in particolare, dei risultati dell'indagine di mercato. Gli impegni sono sintetizzati e valutati nei punti che seguono, secondo i mercati rilevanti e secondo l'ordine di presentazione delle obiezioni seguito dalla Commissione nella parte della presente decisione relativa alla valutazione.
827. Il testo integrale degli impegni è allegato alla presente decisione e ne costituisce parte integrante.

## **A. GAS NATURALE**

### **MERCATO OLANDESE DEL TRASPORTO ALL'INGROSSO DI GAS NATURALE**

828. Entro [...] \* dalla data della decisione della Commissione che autorizza l'operazione di concentrazione ("la data di autorizzazione") le parti raggiungeranno un accordo vincolante riguardo alla vendita di Mobil Europe Gas Inc. ("MEGAS") a un acquirente che dovrà essere approvato dalla Commissione. MEGAS dovrà essere venduta come un'azienda avviata e vitale, includendo il portafoglio vendite e forniture già oggetto di contratto nonché tutti i relativi contratti riguardanti il trasporto e altri servizi. Le parti nomineranno altresì un fiduciario indipendente ed esperto che dovrà sovrintendere alla gestione corrente di MEGAS in attesa che la vendita sia completata.
829. MEGAS è l'entità di Mobil che commercializza gas naturale sul mercato olandese in concorrenza con Gasunie. Questa compagnia sarà venduta con il suo portafoglio di forniture già oggetto di contratto. Si noti che l'affiliata olandese di Mobil, attiva nella produzione *upstream*, ha concluso contratti con Gasunie, MEGAS o con l'affiliata tedesca di Mobil per l'esaurimento di tutte le sue concessioni. I diritti e gli obblighi di MEGAS nascenti da tali contratti saranno trasferiti all'acquirente, che così avrà accesso al gas olandese nella stessa misura in cui MEGAS avrebbe avuto accesso al gas qualora fosse rimasta all'interno del gruppo Mobil. Pertanto l'acquirente occuperà la stessa posizione unica, rispetto ai contratti TPA con Gasunie, in cui si trova Mobil prima della concentrazione (cfr. considerando 218). Poiché l'acquirente deve essere un'impresa concorrente, potenziale o esistente, solida e in grado di mantenere e sviluppare MEGAS come forza concorrenziale attiva, la Commissione prenderà in considerazione la possibilità che l'acquirente acceda al gas naturale da fonti diverse dai Paesi Bassi e introduca questo gas sul mercato olandese. Se tali condizioni (che devono essere verificate dalla Commissione) saranno soddisfatte, sarà ristabilito lo status quo antecedente all'operazione, cosicché l'operazione non porterà al rafforzamento della posizione dominante di Gasunie sul mercato olandese del trasporto all'ingrosso di gas naturale, sempre a condizione che l'impegno sia attuato.

### **MERCATO(I) TEDESCO(HI) DEL TRASPORTO ALL'INGROSSO A LUNGA DISTANZA DI GAS NATURALE**

#### ***Cessione della quota del 25% detenuta da Exxon in Thyssengas***

830. Entro [...] \* dalla data di autorizzazione le parti raggiungeranno un accordo vincolante sulla vendita della partecipazione del 25% detenuta da Exxon in Thyssengas GmbH a una parte terza approvata dalla Commissione. Entro 10 giorni dalla data di autorizzazione, le parti nomineranno un fiduciario indipendente ed esperto che dovrà rappresentare gli interessi di Exxon ed esercitare i diritti di voto di Exxon corrispondenti alla partecipazione del 25% in Thyssengas.
831. La Commissione ritiene che, nel complesso, la cessione della partecipazione di Exxon in Thyssengas compensi il rafforzamento delle posizioni dominanti che si sarebbero altrimenti costituite a seguito della concentrazione. Tale rafforzamento riguarda l'attività di Mobil sul mercato del trasporto a lunga distanza di gas naturale, con una quota di mercato attuale di circa l'1,5%, e la partecipazione del 7,4%

detenuta da Mobil in Ruhrgas. A tale proposito si sottolinea che Thyssengas detiene una quota di mercato di circa il 7,3% sul mercato del trasporto a lunga distanza ed è membro dell'oligopolio tedesco definito.

832. Una volta che le parti non deterranno più alcuna partecipazione in Thyssengas, la Commissione è convinta che tale società sarà maggiormente stimolata a competere con i membri dell'oligopolio e, in tal modo, “sostituirà” il potenziale di Mobil. Tale osservazione è stata contestata da una parte terza, la quale ha sostenuto che il ritiro di Exxon da Thyssengas non farà uscire Thyssengas dall'oligopolio e non la trasformerà in un concorrente per compensare l'eliminazione di Mobil. Questa parte terza ha spiegato che ciò è dovuto ai legami azionari tra Thyssengas e altri membri dell'oligopolio tramite RWE-DEA (partecipazione del 50% in Thyssengas) e Shell (partecipazione del 25% in Thyssengas).
833. Per i motivi che seguono, la Commissione ritiene che il proposto ritiro da Thyssengas ripristinerà la concorrenza ai livelli precedenti alla concentrazione. In primo luogo Mobil era collegata anche a Ruhrgas e collaborava con BEB per la sua produzione tedesca. In secondo luogo la partecipazione di RWE-DEA e la sua influenza su Thyssengas sono chiaramente più importanti della sua partecipazione del 3,5% in Ruhrgas (in cui è membro del consorzio Bergemann) e del suo obbligo di fornire il 60% della sua produzione di gas tedesco a Ruhrgas (tale volume rappresenta meno dell'1% del consumo di gas naturale in Germania). RWE-DEA ha dunque tutti i motivi per sviluppare e rafforzare Thyssengas. Per quanto riguarda Shell, si osserva che, come conseguenza della concentrazione tra Exxon e Mobil e della cessione della quota di Exxon in Thyssengas, gli interessi di Exxon e Shell, per la prima volta in oltre 30 anni, non saranno più paralleli sui mercati tedeschi del gas naturale. È difficile valutare quale sarà l'impatto sul comportamento concorrenziale delle diverse imprese (interazione concorrenziale tra BEB-Thyssengas; BEB-Ruhrgas; Thyssengas-Ruhrgas e così via) ma si può concludere che sarà reintrodotta un elemento di instabilità nel funzionamento dell'oligopolio.
834. Nel valutare l'idoneità dell'acquirente della partecipazione di Exxon in Thyssengas, la Commissione terrà in debito conto gli stimoli che l'identità dell'acquirente fornirà al comportamento concorrenziale di Thyssengas.

#### ***Diritti di voto in Erdgas Münster***

835. Le parti compieranno ogni sforzo ragionevole per ottenere dagli altri azionisti di EGM il consenso alla redistribuzione a detti azionisti di una determinata percentuale dei diritti di voto attualmente detenuti da Mobil (in misura proporzionale ai loro attuali diritti di voto), in modo tale che BEB e Mobil (o Exxon Mobil) congiuntamente detengano meno del 50% dei diritti di voto in EGM. L'impegno prevede una redistribuzione per entrambe le persone giuridiche in seno a EGM.
836. Nell'ambito dell'indagine di mercato relativa agli impegni proposti, gli altri azionisti di EGM hanno indicato alla Commissione di non opporsi alla redistribuzione dei diritti di voto delineata nell'impegno. In base a tale premessa, e dato che l'accordo con gli azionisti sarà soggetto all'approvazione della Commissione, la Commissione è certa che le parti non otterranno il controllo delle strutture di *corporate governance* di EGM.



837. Per tale ragione, EGM sarà nuovamente stimolata a competere così come lo era prima della concentrazione. La Commissione ritiene che EGM conservi la possibilità di diventare un potenziale concorrente nel settore del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale in un futuro mercato liberalizzato.

#### **IMPIANTI DI STOCCAGGIO SOTTERRANEO NELLA GERMANIA MERIDIONALE**

838. Per un periodo di dieci anni dalla data di autorizzazione [...]\*, le parti offriranno di sottoscrivere un accordo vincolante con terzi per la vendita di tutti i diritti di Mobil su uno o più giacimenti esauriti adatti ad essere convertiti in impianti di stoccaggio per la Germania meridionale, fino a quando sarà stato venduto un volume combinato di *working gas*, post-conversione, stimato in circa 600 milioni di metri cubi.

839. Qualora le parti e un potenziale acquirente non dovessero trovare un accordo su un equo prezzo di mercato entro sei mesi dalla manifestazione di interesse espressa per iscritto dall'acquirente, le parti, su richiesta dell'acquirente, richiederanno una stima dell'equo valore di mercato a tre esperti indipendenti approvati dalla Commissione. Le parti accettano il carattere vincolante della valutazione effettuata da tali esperti.

840. L'impegno a vendere uno o più giacimenti esauriti con un volume totale di *working gas* stimato in 600 milioni di metri cubi rappresenterebbe la possibilità di accrescere l'attuale volume di stoccaggio pertinente di circa il [...]\*. Inoltre dall'indagine di mercato risulta chiaramente che tale volume sarebbe sufficiente per competere con Ruhrgas nel mercato rilevante. Nessuno di coloro che hanno risposto alle domande della Commissione nell'ambito dell'indagine di mercato ha contestato che i rimedi proposti siano un mezzo per eliminare i problemi di concorrenza. Pertanto la Commissione ritiene che l'impegno garantisca che gli ostacoli all'entrata di concorrenti potenziali non saranno aumentati a seguito della concentrazione. Si può dunque concludere che, in tali circostanze, la posizione dominante di Ruhrgas sul mercato non sarà rafforzata.

## B. OLI BASE

841. Entro [...] \* dalla data di autorizzazione, le parti si sono impegnate a trasferire il controllo (ai sensi del regolamento sulle concentrazioni) di una o più attività nel ramo degli oli base, corrispondente a circa [...] \* barili al giorno della capacità di produzione di oli base, a BP Amoco e/o a una o più parti terze che dovranno essere approvate dalla Commissione, secondo una delle modalità che seguono o con una combinazione di esse:
- (a) trasferimento (o restituzione) della proprietà [...] \* o della capacità equivalente; oppure
  - (b) un contratto di locazione a lungo termine o altro accordo analogo di [...] \*, rinnovabile a scelta dell'impresa locataria, in base al quale venga ceduta la gestione operativa e strategica della capacità di produzione di oli base in questione, in modo tale che l'impresa cessionaria possa decidere unilateralmente, senza informare le parti, in merito a tutte le questioni operative e strategiche. Tale accordo sarà soggetto all'approvazione della Commissione e il contratto stabilirà che l'impresa locatrice non avrà accesso alcuno a informazioni dell'impresa locataria che siano sensibili sul piano della concorrenza. Ove tali informazioni siano necessarie nell'esercizio dei normali diritti dell'impresa locatrice, esse saranno fornite ad un rappresentante indipendente soggetto all'obbligo di riservatezza, ad eccezione di un numero limitato di voci (quali le perdite che richiedono interventi da parte dell'impresa locatrice) che dovranno essere specificate nel contratto.
842. Oltre agli impianti di produzione di oli base, l'attività o le attività nel ramo degli oli base comprenderanno tutto il personale necessario, i contratti di fornitura, le liste clienti e i contratti relativi unicamente agli impianti ceduti, l'accesso alla tecnologia e la fornitura dell'assistenza tecnica necessaria alla conduzione di un'attività nel ramo degli oli base.
843. Durante il periodo di transizione, il ramo lubrificanti della *joint venture* BP/Mobil (che comprende le attività nel ramo degli oli base) sarà interamente gestito indipendentemente dal resto del gruppo Exxon - Mobil senza passaggio di informazioni o trasmissione di rapporti a persone esterne alla *joint venture*. Anche alcune misure transitorie riguardanti la *joint venture* BP/Mobil, illustrate nella sezione C in appresso, sono chiaramente pertinenti nell'ottica della cessione del controllo delle attività riguardanti gli oli base. Se l'attività di produzione degli oli base non fosse rilevata da BP Amoco, le parti si sono impegnate a mantenerla separata dalle loro attività nominando a tale proposito un fiduciario.
844. Gli impegni assunti prevedono inoltre che le parti aiutino l'acquirente ad ottenere i necessari accreditamenti di qualità. Le parti si sono inoltre impegnate a trasferire all'acquirente soltanto i contratti di fornitura relativi alle attività cedute. Tali contratti corrispondono a oltre il [...] \*% delle vendite. Infine Mobil continuerà (a scelta dell'acquirente) ad attingere dalle raffinerie cedute il prodotto che utilizza attualmente per un periodo di [...] \*. Tale quota corrisponde al [...] \*% circa della produzione di dette raffinerie.

845. La possibilità di limitare la concomitanza delle quote derivante dalla concentrazione dipenderà dall'esito dei negoziati in corso tra BP, Amoco e Mobil a proposito dello scioglimento del ramo lubrificanti della loro *joint venture*. Ad ogni modo gli impegni garantiscono che, qualunque sia l'esito dei negoziati sullo scioglimento del ramo lubrificanti della *joint venture* BP/Mobil, la quota Exxon Mobil sul mercato *merchant* sarà al massimo [meno del 40]\*% circa. In base a tale presupposto, l'operazione modificata non condurrà alla creazione di una posizione dominante di Exxon Mobil sul mercato degli oli base.
846. Quando, in luogo di una vendita degli impianti di produzione, sia necessario modificare l'assetto di controllo tramite un contratto di locazione a lungo termine, anche in tale caso il contratto sarà soggetto all'approvazione della Commissione. A tale proposito, la Commissione ritiene che la bozza di contratto delineata negli impegni sia un punto di partenza sufficiente affinché la Commissione valuti se il contratto condurrebbe ad un cambiamento dell'assetto di controllo e consentirebbe all'impresa locataria di gestire l'attività come forza concorrenziale attiva.
847. Parti terze hanno spiegato che un contratto di locazione sarebbe in linea di massima attuabile a condizione che la durata di tale contratto fosse sufficientemente lunga. Esse hanno altresì spiegato che l'eventuale acquirente delle attività cedute dovrebbe svolgere attività di miscelazione di lubrificanti al fine di costituire un possibile concorrente. La Commissione ritiene che un periodo di 15 anni rinnovabile a scelta dell'acquirente dovrebbe essere sufficiente perché l'acquirente possa gestire l'attività come se fosse un'impresa di lungo periodo. Per quanto riguarda l'importanza che l'acquirente svolga un'attività nel comparto lubrificanti, la Commissione verificherà l'idoneità dell'acquirente o dell'impresa locataria nel momento in cui le parti presenteranno una proposta alla Commissione e si dovrà tenere conto dell'eventuale integrazione dell'attività di produzione di oli base nelle altre attività dell'acquirente o locatario.

## C. VENDITA AL DETTAGLIO DI CARBURANTI PER AUTOTRAZIONE

848. In risposta alla conclusione della Commissione secondo cui la concentrazione creerà o rafforzerà una posizione dominante oligopolistica in Austria, sulle autostrade francesi a pedaggio, in Germania, in Lussemburgo, nei Paesi Bassi e nel Regno Unito, le parti si sono impegnate ad alienare la quota detenuta da Mobil in Aral e a porre fine alla partecipazione di Mobil nel ramo carburanti della *joint venture* BP/Mobil.

### ARAL

849. I diritti di Mobil in Aral sono detenuti da Mobil Marketing und Raffinerie GmbH (“MMRG”), una società controllata interamente di proprietà di Mobil. [...]\*

850. Le parti si impegnano a ritirarsi completamente da Aral entro [...]\* dalla data di autorizzazione. [...]\*

851. [...]\*

852. Tale impegno rimuove totalmente gli stimoli di Exxon o BP/Mobil e Aral a coordinare i loro comportamenti concorrenziali e dunque elimina le obiezioni sollevate dalla Commissione.

### JOINT VENTURE BP/MOBIL

853. Le parti si impegnano a ritirarsi completamente, entro [...]\* dalla data di autorizzazione, dalle attività nel ramo carburanti della *joint venture*. Questo impegno dovrebbe essere attuato attraverso uno di due rimedi alternativi: (i) vendita della partecipazione di Mobil nella *joint venture* a BP Amoco (o, qualora BP Amoco non desiderasse rilevare tale quota, a una parte terza ritenuta idonea), oppure (ii) scioglimento della *joint venture* BP/Mobil, laddove sostanzialmente tutte le attività nel ramo carburanti sarebbero acquisite da BP Amoco o da una parte terza ritenuta idonea.

854. Durante il periodo di transizione, le parti si impegnano (i) a nominare rappresentanti indipendenti in seno al comitato della *joint venture*, i quali voteranno salvaguardando gli interessi della *joint venture* e non scambieranno informazioni relative a carburanti, oli base o lubrificanti con Mobil o Exxon Mobil ; e (ii) a impedire l'accesso del personale addetto al ramo lubrificanti della *joint venture* (gestito da Mobil) a informazioni relative all'attività nel ramo carburanti.

855. La Commissione ritiene che tale soluzione offra la migliore protezione possibile durante il periodo di transizione. La Commissione riconosce che l'applicazione di tali misure transitorie dipende in una certa misura dall'altro partner della *joint venture*, BP Amoco. Comunque, in quanto gestore dell'attività nel ramo carburanti, BP Amoco avrà interesse ad assicurarsi che nessuna informazione sia trasmessa a Exxon Mobil. Tuttavia BP Amoco ha sollevato un'obiezione riguardo alla nomina di rappresentanti indipendenti in seno al comitato della *joint venture*, affermando che tale nomina equivarrebbe ad una cessione dei diritti di Mobil che è proibita per contratto. Sembra, tuttavia, che il fatto che le parti si impegnino nei confronti della Commissione a nominare alcuni rappresentanti indipendenti, che dovranno essere approvati dalla

Commissione stessa, non sia tale da impedire alle parti di nominare tali rappresentanti in quanto rappresentanti di Mobil in conformità dell'accordo di *joint venture*. Inoltre non è certo che BP Amoco e Mobil riusciranno ad accordarsi sul modo in cui isolare i sistemi di informazione riguardanti le attività nel ramo carburanti dalle attività nel ramo lubrificanti. Ad ogni modo le parti si sono impegnate a recidere unilateralmente tali legami se non dovessero trovare un accordo con BP Amoco entro breve tempo. Le parti si sono altresì impegnate a nominare un osservatore indipendente, il cui compito sarà controllare l'attuazione degli impegni proposti.

856. BP Amoco ha affermato che il periodo di tempo per il ritiro di Mobil dalla *joint venture* BP/Mobil non dovrà superare [...]\*. I motivi sono due. In primo luogo Mobil non sarebbe costretta a cercare un acquirente, poiché soltanto BP Amoco potrebbe rilevare la sua partecipazione nella *joint venture* BP / Mobil. In secondo luogo il periodo di transizione nuocerebbe alla concorrenza per via della possibilità che Exxon Mobil tragga vantaggio dalle informazioni relative alle attività di vendita al dettaglio di carburanti di BP/Mobil.
857. Tuttavia la Commissione ritiene che la durata del periodo di transizione sia ragionevole. Nel determinare la durata di tale periodo, la Commissione ha dovuto valutare da un lato la necessità di trovare una soluzione rapida ai problemi individuati in ordine alla concorrenza e il possibile danno che la continua presenza di Mobil in seno alla *joint venture* potrebbe arrecare ad uno dei principali concorrenti di Exxon e, dall'altro lato, la necessità per le parti di ottenere il giusto corrispettivo di fronte ad un acquirente monopsonista. Infatti BP Amoco potrebbe essere propensa a dettare le condizioni della vendita qualora il periodo di transizione dovesse essere troppo breve. Tale periodo di transizione non dovrebbe essere utilizzato dalle parti per prolungare indebitamente la partecipazione di Mobil nella *joint venture*. Ecco perché gli impegni prevedono anche (i) l'obbligo per Mobil di accettare la soluzione di un esperto su qualsiasi questione relativa alla valutazione della partecipazione di Mobil, qualora BP Amoco lo desiderasse; e (ii) l'obbligo per le parti di negoziare con BP Amoco in buona fede. Le relazioni dell'osservatore indipendente terranno la Commissione informata in merito a tutte queste questioni, consentendo così alla Commissione di prescrivere, in determinate circostanze, un limite temporale più breve per la cessione della quota di Mobil o lo scioglimento della *joint venture*.

## CONCLUSIONE

858. Gli impegni riferiti al settore dei carburanti eliminerebbero del tutto la concomitanza delle quote di Exxon e Mobil su tutti i mercati nei quali la Commissione ha concluso che potrebbe essere creata o rafforzata una posizione dominante oligopolistica ed eventualmente nell'intero settore dei carburanti in Europa. Di conseguenza, tali posizioni dominanti non saranno create né rafforzate.

#### **D. LUBRIFICANTI PER L'AVIAZIONE**

859. Entro [...] \* dalla data di autorizzazione, le parti cederanno a un acquirente approvato dalla Commissione l'attività mondiale di Exxon nel comparto dei lubrificanti per l'aviazione forniti alle linee aeree commerciali. L'attività comprende R&S sui prodotti, marketing e vendite, impianti di miscelazione e imballaggio, gestione della qualità del prodotto e assistenza tecnica nonché il relativo personale addetto al marketing e alle vendite, alla gestione della qualità e all'assistenza tecnica. Un fiduciario garantirà che, durante il periodo di transizione, le attività di Exxon e di Mobil siano mantenute separate.
860. L'indagine di mercato condotta dalla Commissione ha confermato che la cessione delle attività di Exxon nel comparto dei lubrificanti per l'aviazione sarebbe preferibile alla cessione delle attività analoghe di Mobil (come inizialmente proposto dalle parti). Infatti le attività di Mobil sono integrate nel gruppo Mobil. Mobil produce i propri oli a base di esteri oltre a cinque additivi proprietari. La cessione dell'impianto di miscelazione di Mobil si è rivelata impraticabile, giacché tale impianto appartiene ad un complesso più ampio. Coloro che hanno risposto alle domande della Commissione nell'ambito dell'indagine di mercato hanno dunque espresso i loro dubbi riguardo alla possibilità che un acquirente dell'attività di Mobil nel comparto dei lubrificanti per l'aviazione possa operare in quanto forza concorrenziale realmente in grado di arginare le azioni di Exxon Mobil. Quando sono state informate dei dubbi espressi dalla Commissione in merito all'adeguatezza della cessione dell'attività di Mobil nel comparto dei lubrificanti per l'aviazione, le parti hanno proposto di rinunciare all'attività di Exxon. A differenza dell'attività di Mobil, l'attività di Exxon nel comparto dei lubrificanti per l'aviazione non è interconnessa con le altre attività di Exxon (fornitura di materie prime principalmente da terze parti; impianto di miscelazione separato).
861. Considerando tale premessa, la Commissione ritiene che non sarà creata una posizione dominante su questo mercato e che le preoccupazioni espresse nella comunicazione degli addebiti sono state eliminate.

## **E. CARBURANTI PER L'AVIAZIONE**

862. Le parti si sono impegnate a vendere, entro [...] \* dalla data di autorizzazione, la capacità nell'oleodotto che collega la raffineria di Coryton all'aeroporto di Gatwick, per un totale equivalente al volume di vendite realizzato da Mobil all'aeroporto di Gatwick nel 1998. Tale impegno dovrebbe rimuovere il controllo che le parti avrebbero ottenuto, tramite la concentrazione, sulla fornitura di carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick. Pertanto non sarà creata una posizione dominante sul mercato della fornitura di carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick.

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

### *Articolo 1*

La concentrazione notificata in data 3 maggio 1999 e consistente nella fusione fra Exxon Corporation e Mobil Corporation è dichiarata compatibile con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE, a condizione che vengano pienamente rispettati gli impegni sintetizzati ai punti da 826 a 862 e riportati dettagliatamente nell'allegato alla presente decisione.

### *Articolo 2*

Sono destinatarie della presente decisione:

1. Exxon Corporation  
5959 Las Calinas Boulevard  
Irving  
USA – Texas
  
2. Mobil Corporation  
3225 Gallows Road  
Fairfax  
USA - Virginia

Fatto a Bruxelles,

Per la Commissione,

<b>I. LE PARTI E L'OPERAZIONE.....</b>	<b>2</b>
<b>II. DIMENSIONE COMUNITARIA .....</b>	<b>3</b>
<b>III. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA.....</b>	<b>3</b>
<b>A. ATTIVITÀ DI PROSPEZIONE, SVILUPPO E PRODUZIONE .....</b>	<b>5</b>
MERCATI DEL PRODOTTO RILEVANTI.....	6
MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI .....	6
OPERATORI.....	7
POSIZIONE DELLE PARTI SUL MERCATO .....	7
<i>Prospezione</i> .....	7
<i>Produzione e vendita</i> .....	8
EFFETTI DELLA CONCENTRAZIONE SULLA CONCORRENZA.....	8
<b>B. TECNOLOGIA GTL ("GAS TO LIQUIDS").....</b>	<b>11</b>
<b>C. GAS NATURALE.....</b>	<b>12</b>
INTRODUZIONE .....	12
<i>Descrizione della "filiera del gas"</i> .....	12
<i>Quadro contrattuale</i> .....	14
<i>Breve panoramica della filiera del gas nei Paesi Bassi e in Germania</i> .....	15
MERCATI DEL TRASPORTO ALL'INGROSSO .....	15
<i>Mercato del prodotto rilevante</i> .....	15
(a) Mercato del trasporto all'ingrosso e mercato della distribuzione locale.....	16
(b) Trasporto all'ingrosso a lunga distanza e a breve distanza: il trasporto all'ingrosso a lunga distanza costituisce un mercato del prodotto a se stante in cui l'accesso dipende dall'avviamento degli <i>incumbent</i> o da massicci investimenti sommersi.....	16
Conclusione.....	23
<i>Gas a potere calorifico inferiore e gas a potere calorifico superiore</i> .....	23
Sostituibilità dal lato della domanda : conversione della filiera del gas dal gas LCV al gas HCV.....	24
Conclusione relativa alla sostituibilità dal lato della domanda.....	27
<i>Mercato geografico rilevante</i> .....	28
(a) Paesi Bassi.....	28
(b) Mercato(i) tedesco(hi) del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale .....	28
<i>Posizione delle parti sul mercato</i> .....	30
(a) Mercato olandese del trasporto all'ingrosso di gas naturale .....	30
(b) Mercato(i) tedesco(hi) del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale .....	33
<i>Valutazione sotto il profilo della concorrenza</i> .....	36
(a) Mercato olandese del trasporto all'ingrosso di gas naturale .....	36
(b) <i>Mercato(i) del trasporto all'ingrosso a lunga distanza di gas naturale in Germania</i> .....	40
Il mercato tedesco del gas non è concorrenziale .....	40
Posizione dominante individuale in una vecchia regione di demarcazione.....	43
Posizione dominante oligopolistica.....	43
Risultato della concentrazione .....	44
STOCCAGGIO SOTTERRANEO .....	46
<i>Mercato del prodotto rilevante</i> .....	46
<i>Mercato geografico rilevante</i> .....	46
<i>Impianti di stoccaggio sotterraneo nella Germania meridionale</i> .....	46
<b>D. OLI BASE, ADDITIVI E LUBRIFICANTI.....</b>	<b>49</b>
INTRODUZIONE .....	49
DESCRIZIONE E FUNZIONAMENTO DEL MERCATO .....	49
<i>Gli oli base sono il prodotto finale della raffinazione del greggio</i> .....	49
<i>Caratteristiche</i> .....	49
<i>Classificazione</i> .....	50
<i>Cariche di greggio</i> .....	50
<i>Additivi</i> .....	51
<i>Lubrificanti</i> .....	51



Lubrificanti per autotrazione e lubrificanti per uso industriale .....	52
Sviluppo dei lubrificanti .....	52
Requisiti di qualità dei lubrificanti per uso industriale e per la nautica .....	53
Sistemi di definizione degli standard e di accreditamento relativi ai lubrificanti per autotrazione .....	53
<b>DEFINIZIONE DEL MERCATO .....</b>	<b>55</b>
<i> Mercati del prodotto .....</i>	<i>55</i>
Oli base .....	55
Additivi .....	58
Lubrificanti .....	58
<i> Mercati geografici rilevanti .....</i>	<i>59</i>
Oli base .....	59
Additivi .....	61
Lubrificanti .....	61
<b>VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA .....</b>	<b>61</b>
<i> Oli base .....</i>	<i>61</i>
Struttura attuale del mercato .....	61
Ostacoli all'entrata e all'uscita .....	65
Il ruolo privilegiato di Exxon, BP/Mobil e Shell in un mercato in cui sono minime le pressioni concorrenziali esercitate dai produttori minori di oli base .....	66
Effetti prodotti dalla concentrazione sulla concorrenza nel mercato degli oli base .....	80
Conclusione .....	85
<i> Additivi .....</i>	<i>85</i>
<i> Lubrificanti .....</i>	<i>85</i>
<b>E. RAFFINAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI COMBUSTIBILI (SETTORE PETROLIFERO <i>DOWNSTREAM</i>) .....</b>	<b>87</b>
PANORAMICA GENERALE .....	87
<i> La catena di approvvigionamento .....</i>	<i>87</i>
Raffinazione .....	87
Vendita e commercializzazione di prodotti raffinati .....	87
Trasporto dei prodotti raffinati .....	88
Logistica .....	88
Contesto concorrenziale .....	88
<i> Mercato del prodotto .....</i>	<i>89</i>
Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione .....	89
Vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio .....	90
Vendita all'ingrosso .....	90
<i> Mercato geografico .....</i>	<i>91</i>
Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione .....	91
Vendita al dettaglio di carburanti sulle autostrade a pedaggio .....	91
Vendita all'ingrosso di prodotti raffinati (combustibili) .....	91
<i> Valutazione sotto il profilo della concorrenza .....</i>	<i>92</i>
Valutazione della <i>joint venture</i> BP/Mobil .....	92
La partecipazione di Mobil in Aral .....	96
Vendita al dettaglio di carburanti per autotrazione .....	96
<b>AUSTRIA .....</b>	<b>105</b>
PANORAMICA GENERALE .....	105
<i> Raffinazione .....</i>	<i>105</i>
<i> Infrastruttura .....</i>	<i>105</i>
<i> Vendita all'ingrosso .....</i>	<i>106</i>
<i> Vendita al dettaglio .....</i>	<i>106</i>
IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA .....	107
<i> Struttura del mercato .....</i>	<i>107</i>
<i> Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi .....</i>	<i>108</i>
Costi .....	108
Prezzi .....	108
<i> Ostacoli all'entrata - Espansione – Potenziale concorrenza .....</i>	<i>109</i>
IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE - IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA .....	109
<b>FRANCIA – AUTOSTRADE .....</b>	<b>111</b>
PANORAMICA GENERALE .....	111
<i> La stazione di servizio sull'autostrada a pedaggio costituisce un mercato del prodotto distinto .....</i>	<i>111</i>
IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA .....	115

<i>Struttura del mercato</i> .....	115
<i>Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi</i> .....	116
Costi .....	116
Prezzi .....	117
Andamento dei prezzi .....	120
<i>Ostacoli all'entrata – Espansione – Potenziale concorrenza</i> .....	121
Ostacoli all'entrata.....	121
Potenziale concorrenza.....	122
IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE: IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA .....	122
<b>GERMANIA</b> .....	<b>125</b>
PANORAMICA GENERALE .....	125
<i>Raffinazione</i> .....	125
<i>Infrastruttura</i> .....	125
<i>Vendita all'ingrosso</i> .....	126
<i>Vendita al dettaglio</i> .....	127
<i>Germania dell'ovest e Germania dell'est</i> .....	128
IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA .....	129
<i>Struttura del mercato</i> .....	129
<i>Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi</i> .....	130
<i>Barriere all'entrata - Espansione – Potenziale concorrenza</i> .....	133
IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE - IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA .....	134
<b>LUSSEMBURGO</b> .....	<b>135</b>
PANORAMICA GENERALE .....	135
<i>Raffinazione</i> .....	135
<i>Vendita all'ingrosso</i> .....	135
<i>Vendita al dettaglio</i> .....	135
IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA .....	135
<i>Il Lussemburgo come mercato geografico distinto</i> .....	135
<i>Struttura del mercato</i> .....	136
<i>Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi</i> .....	137
Costi .....	137
Prezzi .....	138
Caratteristiche specifiche del mercato lussemburghese - Regolamentazione dei prezzi .....	140
<i>Ostacoli all'entrata – Espansione - Potenziale concorrenza</i> .....	141
IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE– IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA .....	142
<b>PAESI BASSI</b> .....	<b>144</b>
PANORAMICA GENERALE .....	144
<i>Raffinazione</i> .....	144
<i>Vendita all'ingrosso</i> .....	144
<i>Vendita al dettaglio</i> .....	145
IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA .....	145
<i>Struttura del mercato</i> .....	145
<i>Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi</i> .....	147
Costi .....	147
Prezzi .....	148
<i>Ostacoli all'entrata/all'espansione – Potenziale concorrenza</i> .....	150
Ostacoli all'entrata.....	150
Potenziale concorrenza.....	150
IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE – IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA .....	152
<b>REGNO UNITO</b> .....	<b>154</b>
PANORAMICA GENERALE .....	154
<i>Raffinazione</i> .....	154
<i>Vendita all'ingrosso</i> .....	154
IL CONTESTO PRE-CONCENTRAZIONE – STATO ATTUALE DELLA CONCORRENZA .....	155
<i>Struttura del mercato</i> .....	155
<i>Dinamiche di concorrenza – Costi e prezzi</i> .....	157
Retrospectiva .....	157
<i>Ostacoli all'entrata – Espansione – Potenziale concorrenza</i> .....	164

IL CONTESTO POST-CONCENTRAZIONE – IMPATTO DELL'OPERAZIONE SULLA CONCORRENZA.....	164
<i>Una posizione concorrenziale unica nel settore delle vendite all'ingrosso</i> .....	166
<i>Leadership indiscussa sul mercato della vendita al dettaglio</i> .....	167
<b>F. LUBRIFICANTI PER L'AVIAZIONE .....</b>	<b>169</b>
DEFINIZIONE DEL MERCATO .....	169
<i>Mercato del prodotto rilevante</i> .....	169
I lubrificanti comuni e i lubrificanti per l'aviazione non appartengono al medesimo mercato .....	169
Applicazioni commerciali, militari e aero-derivate .....	170
<i>Mercato geografico rilevante</i> .....	172
VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA .....	172
<b>G. CARBURANTI PER L'AVIAZIONE.....</b>	<b>176</b>
MERCATO DEL PRODOTTO .....	176
MERCATO GEOGRAFICO.....	176
<i>Approvvigionamento e infrastruttura</i> .....	178
<i>Forniture di carburanti per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick</i> .....	178
<i>Creazione di una posizione dominante sul mercato delle forniture di carburante per l'aviazione all'aeroporto di Gatwick</i> .....	180
<b>IV. IMPEGNI E VALUTAZIONE .....</b>	<b>182</b>
<b>A. GAS NATURALE.....</b>	<b>183</b>
MERCATO OLANDESE DEL TRASPORTO ALL'INGROSSO DI GAS NATURALE .....	183
MERCATO(I) TEDESCO(HI) DEL TRASPORTO ALL'INGROSSO A LUNGA DISTANZA DI GAS NATURALE .....	183
<i>Cessione della quota del 25% detenuta da Exxon in Thyssengas</i> .....	183
<i>Diritti di voto in Erdgas Münster</i> .....	184
IMPIANTI DI STOCCAGGIO SOTTERRANEO NELLA GERMANIA MERIDIONALE .....	185
<b>B. OLI BASE.....</b>	<b>186</b>
<b>C. VENDITA AL DETTAGLIO DI CARBURANTI PER AUTOTRAZIONE.....</b>	<b>188</b>
ARAL.....	188
JOINT VENTURE BP/MOBIL.....	188
CONCLUSIONE .....	189
<b>D. LUBRIFICANTI PER L'AVIAZIONE .....</b>	<b>190</b>
<b>E. CARBURANTI PER L'AVIAZIONE.....</b>	<b>191</b>

## ALLEGATO I

Il testo integrale in lingua originale delle condizioni e oneri di cui all'articolo 1 può essere consultato sul seguente sito web della Commissione:  
[http://europa.eu.int/comm/competition/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html)