



Decisione della Commissione

del 20.6.2001

**che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato comune
e con il funzionamento dell'accordo SEE**

(Caso n. COMP/M.2201 – MAN/Auwärter)

(Il testo in lingua tedesca 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 (di seguito "accordo SEE"), in particolare l'articolo 57,

visto il regolamento (CEE) n. 4064/68 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese¹, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1370/97², in particolare l'articolo 8, paragrafo 2,

vista la decisione della Commissione del 15 febbraio 2001 di avviare il procedimento sul caso di specie,

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

sentito il parere del comitato consultivo in materia di concentrazioni³,

CONSIDERANDO QUANTO SEGUE:

1. In data 3 gennaio 2001 l'impresa MAN Nutzfahrzeuge AG, con sede a Monaco di Baviera (di seguito "MAN"), ha notificato alla Commissione, in conformità dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 (di seguito "regolamento sulle concentrazioni"), un progetto di acquisizione del controllo esclusivo dell'insieme

¹ GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1; rettifica: GU L 257 del 21.9.90, pag. 13.

² GU L 180 del 09.7.1997, pag. 1.

³ GU C [...] del [...] 2001, pag. [...].

dell'impresa Gottlob Auwärter GmbH & Co. KG, con sede a Stoccarda-Möhringen (di seguito "Auwärter").

2. Il 15 febbraio 2001, dopo aver esaminato la notifica, la Commissione ha concluso che il progetto notificato rientra nel campo di applicazione del regolamento sulle concentrazioni e che sussistono forti riserve in merito alla sua compatibilità con il mercato comune.
3. Dopo un'attenta analisi del caso la Commissione è ora giunta alla conclusione che la progettata operazione di concentrazione non determinerà la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante che possa limitare in maniera significativa la concorrenza effettiva nel mercato comune, o in una parte consistente di questo.

I. LE PARTI

4. MAN è una società per azioni di diritto tedesco operante nella progettazione, fabbricazione e commercializzazione di autocarri, di autobus e di componenti, nonché nella fornitura di servizi connessi. MAN è un costruttore integrato di autocarri e autobus completi. L'impresa è controllata al 100% dalla MAN Aktiengesellschaft, di Monaco di Baviera, società madre del gruppo MAN. Tra i principali settori di attività del gruppo MAN vi sono, tra l'altro, quello delle autovetture e dei veicoli commerciali, dei servizi industriali, dei motori diesel, delle macchine da stampa, dei prodotti siderurgici nonché dei componenti per l'industria aeronautica e aerospaziale.
5. Auwärter opera nella progettazione, fabbricazione e commercializzazione di autobus con il marchio "Neoplan". Auwärter è un produttore di autobus indipendente ma non integrato, di autobus che acquista in particolare i motori da fornitori quali MAN e Mercedes-Benz. L'80% della società in accomandita è in mano della famiglia Auwärter; il restante 20% è di proprietà di BWK Kapital-Beteiligungsgesellschaft, di Stoccarda.

II. IL PROGETTO

6. L'operazione di concentrazione notificata prevede l'acquisizione da parte di MAN del totale delle quote di Auwärter per il tramite di una società controllata al 100% da MAN costituita appositamente allo scopo. Una volta conclusa l'operazione di concentrazione, l'impresa, secondo le stime da essa stessa fornite, avrà una produzione annua di circa 7 500 tra autobus e telai e porterà il suo fatturato a 2,5 miliardi di DM. Secondo una strategia a due marchi che l'impresa intende perseguire, è previsto che anche dopo la fusione si continui a fabbricare e commercializzare autobus con entrambi i marchi (MAN e Neoplan).

III. L'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE

7. Tramite la progettata operazione MAN acquisisce il controllo esclusivo di Auwärter. L'operazione configura pertanto una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del regolamento sulle concentrazioni.

IV. DIMENSIONE COMUNITARIA

8. Il fatturato aggregato mondiale delle imprese coinvolte supera i 5 miliardi di EUR⁴ (MAN: 14,5806 miliardi di EUR, nell'esercizio conclusosi il 30 giugno 2000, Auwärter: 435,06 milioni di EUR, nell'esercizio avente termine il 31 dicembre 1999). MAN e Auwärter presentano inoltre ciascuna un fatturato comunitario aggregato superiore ai 250 milioni di EUR (MAN: 8,6981 miliardi di EUR nell'esercizio conclusosi il 30 giugno 2000, Auwärter: 347,8 milioni di EUR nell'esercizio avente termine il 31 dicembre 1999), mentre nessuna delle imprese realizza più dei due terzi del proprio fatturato comunitario aggregato nello stesso Stato membro. L'operazione notificata ha pertanto dimensione comunitaria, ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2 del regolamento sulle concentrazioni. L'operazione non configura però un caso di cooperazione ai sensi dell'articolo 57 dell'accordo SEE.

V. IL PROCEDIMENTO

9. Con lettera del 25 gennaio 2001 MAN AG si è impegnata a risolvere eventuali riserve della Commissione in merito all'operazione di concentrazione, dichiarandosi disposta a garantire, anche a concentrazione avvenuta, la fornitura di motori alle normali condizioni di mercato a quei costruttori di autobus che non producono in proprio i motori e che finora si erano riforniti da MAN AG o da una sua controllata. Negli stessi termini MAN AG si è espressa in una lettera circolare inviata ai suoi clienti. L'offerta di impegno ha consentito di estendere i termini dell'esame preliminare da un mese a sei settimane, secondo quanto prevede l'articolo 10, paragrafo 1 del regolamento sulle concentrazioni.
10. Il 15 febbraio 2001 la Commissione ha deciso di avviare un procedimento ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni.
11. Il 20 aprile 2001 è stata inviata a MAN una comunicazione delle obiezioni, in merito alla quale MAN ha preso posizione per iscritto il 4 maggio 2001. Il 7 maggio 2001, su istanza di MAN, ha avuto luogo a Bruxelles un'audizione formale, ai sensi dell'articolo 14 del regolamento (CE) n. 447/98 della Commissione, del 1° marzo 1998, relativo alle notificazioni, ai termini e alle audizioni di cui al regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese⁵.

VI. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA

12. L'operazione di concentrazione avrà effetti soprattutto sul settore degli autobus in Germania. Tuttavia, né in Germania né in altre aree dello Spazio economico europeo essa determinerà la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante.

A. I MERCATI RILEVANTI DEL PRODOTTO

⁴ Il fatturato è stato calcolato in conformità dell'articolo 5, paragrafo 1 del regolamento sulle concentrazioni e della comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato (GU C 66 del 02.3.98, pag. 25). A norma dell'articolo 5, paragrafo 4, lettere c) e d) del regolamento sulle concentrazioni, nel calcolo del fatturato di MAN Nutzfahrzeuge AG si è dovuto tener conto anche del fatturato della capogruppo MAN AG e delle altre controllate del gruppo MAN; nel calcolo del fatturato di Auwärter si è dovuto tener conto altresì del fatturato delle imprese in cui Auwärter detiene delle partecipazioni.

⁵ GU L 61 del 2.3.1998, pag. 1.

13. Con costante prassi decisionale, in particolare nella decisione 95/354/CE del 14 febbraio 1995 nel caso IV/M.477 – *Mercedes-Benz/Kässbohrer*⁶, nonché nella recente decisione 2001/403/CE nel caso COMP/M.1672 – *Volvo/Scania*⁷, la Commissione ha identificato nel settore degli autobus tre diversi segmenti di mercato: gli autobus urbani, gli autobus interurbani e gli autobus da turismo. Pur ammettendo la possibilità di sovrapposizioni, la Commissione ha sempre ritenuto che i tre segmenti di mercato costituissero distinti mercati del prodotto; anche nel presente caso non vede ragioni per discostarsi dalla suddivisione finora seguita.

– *Autobus urbani*

14. Gli autobus urbani servono per il trasporto pubblico su brevi distanze in territorio urbano. Vengono utilizzati per il trasporto di un elevato numero di passeggeri su percorsi e per periodi di tempo relativamente brevi. All'interno degli autobus urbani è pertanto previsto un numero elevato di posti in piedi. Gli autobus urbani sono inoltre dotati di pianale ribassato, hanno in genere solo pochi gradini, o non ne hanno affatto, e dispongono di porte più ampie rispetto agli autobus di altro tipo, per accrescere la rapidità di salita e discesa dei passeggeri⁸. I principali acquirenti sono le aziende pubbliche di trasporto locale e i privati concessionari di pubblico servizio di trasporto locale di passeggeri.

– *Autobus interurbani*

15. Gli autobus interurbani vengono impiegati sulle linee extraurbane e interurbane. Dato l'impiego a cui sono destinati, per gli autobus interurbani la velocità di salita e di discesa riveste minore importanza rispetto agli autobus urbani. Di norma gli autobus interurbani non sono forniti di un equipaggiamento particolarmente ricco. Per quanto riguarda l'aspetto tecnico, continuano ad essere costruiti prevalentemente senza pianale ribassato – nonostante la crescente importanza attribuita a questa tecnica – e sono dotati in genere di motori con potenza superiore a quella degli autobus urbani sebbene inferiore a quella degli autobus da turismo. I principali acquirenti sono le autolinee pubbliche regionali e gli operatori privati di autobus che esercitano un servizio regolare di trasporto sulle linee interurbane, in genere sulla base di una concessione. Alcuni degli acquirenti gestiscono contemporaneamente anche autobus urbani.

– *Autobus da turismo*

16. Gli autobus da turismo sono concepiti per i viaggi di piacere, essenzialmente sulle lunghe distanze. Sono in genere più alti degli autobus urbani e di quelli interurbani e sono forniti di un equipaggiamento relativamente ricco. In particolare l'equipaggiamento prevede spesso un vano bagagli particolare, l'impianto di aria condizionata, il WC e il televisore, per rendere l'autobus più confortevole per i viaggi

⁶ Decisione della Commissione n. 95/354/CE del 14.2.1995, GU L 211 del 6.9.1995, pag. 1 (punti 9 e segg.).

⁷ Decisione della Commissione del 14.3.2000, GU L 143 del 29.5.2001, pag. 74 (punti 214 e segg.).

⁸ A norma dell'articolo 3, paragrafo 1 della posizione comune (CE) n. 50/2000 del Consiglio, del 29.09.2000, (GU C 370 del 22.12.2000, pag. 1) i veicoli adibiti al trasporto passeggeri aventi più di otto posti a sedere oltre al sedile del conducente dovranno in futuro essere accessibili ai passeggeri con ridotta capacità motoria, comprese le persone su sedia a rotelle, in conformità delle prescrizioni tecniche ivi specificate.

sulle lunghe distanze. Nessuna importanza riveste invece la presenza del pianale ribassato e la rapidità di salita e discesa dei passeggeri. Per quanto riguarda l'aspetto tecnico, gli autobus da turismo sono di norma dotati di cambio manuale mentre gli autobus urbani e interurbani funzionano con cambio automatico. I principali acquirenti sono gli operatori turistici privati che organizzano gite e viaggi in autobus.

– *I risultati dell'indagine di mercato*

17. L'indagine di mercato condotta dalla Commissione ha chiaramente confermato che la divisione in tre mercati rilevanti del prodotto conserva tuttora la sua validità. La diversità di impiego e in genere di acquirente consentono di operare una ragionevole distinzione tra le tre categorie di autobus. L'esistenza di possibili sovrapposizioni tra i singoli mercati del prodotto – ad esempio nel caso dei cosiddetti "autobus combinati", utilizzati sia per il trasporto urbano che per quello interurbano – non può pertanto da sola costituire una prova sufficiente di sostituibilità.

B. I MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI

18. Nella decisione *Mercedes-Benz / Kässbohrer*⁹ si è partiti dal presupposto che tutti e tre i mercati del prodotto avessero dimensione nazionale, lasciando comunque aperta la questione se la Germania e l'Austria costituissero un mercato geografico unico. Nella recente decisione sul caso *Volvo/Scania*¹⁰ la Commissione ha ritenuto che, nel settore degli autobus da turismo, la Finlandia e il Regno Unito costituiscano un mercato geografico distinto, e che l'Irlanda e i singoli paesi nordici (Svezia, Finlandia, Norvegia e Danimarca) costituiscano un mercato geografico distinto nel settore degli autobus urbani e di quelli interurbani, senza per il resto fornire l'esatta definizione dei mercati geografici rilevanti.
19. MAN ritiene in ogni modo che Benelux, Germania, Francia, Spagna, Portogallo e Italia costituiscano al momento un unico mercato geografico rilevante. Ciò sarebbe il risultato in particolare della sostanziale uniformità delle norme di omologazione e dei prezzi. Soprattutto nel comparto degli autobus urbani e interurbani, nei bandi di gara si sarebbero affermate, sotto l'influenza delle norme comunitarie in materia di procedure di aggiudicazione, modalità di approvvigionamento basate sul criterio del prezzo che non privilegierebbero più gli offerenti nazionali. Anche l'ingresso sul mercato di costruttori di autobus stranieri negli scorsi anni dimostrerebbe il costituirsi di mercati geografici transregionali e transnazionali.
20. L'indagine di mercato condotta dalla Commissione ha messo in luce il delinearsi di una iniziale tendenza all'uropeizzazione. In particolare i bandi di gara comunitari, a seguito dell'attuazione della normativa europea in materia di procedure di aggiudicazione¹¹, nonché la crescente uniformizzazione degli standard tecnici

⁹ Decisione della Commissione del 14 febbraio 1995 (cfr. supra nota 6), punto 39.

¹⁰ Decisione della Commissione del 14 marzo 2000 (cfr. supra nota 7), punti 248 e 259; confermata dalla decisione della Commissione del 1° settembre 2000 nel caso COMP/M.1980 – *Volvo/Renault* (GU C 301 del 21.10.2000, pag. 23), punto 28.

¹¹ Cfr. in particolare la direttiva n. 93/36/CEE del Consiglio, del 14 giugno 1993, che coordina le procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici di forniture (GU L 199 del 9.8.1993, pag. 1) e la direttiva 93/38/CEE del Consiglio, del 14 giugno 1993, che coordina le procedure di appalto degli enti erogatori di acqua e di energia, degli enti che forniscono servizi di trasporto nonché degli enti che operano nel settore delle telecomunicazioni (GU L 199 del 9.8.1993, pag. 84).

indicano che i mercati geografici rilevanti cominciano ad estendersi al di là dei confini nazionali. D'altra parte però si riscontrano ancora oggi, in particolare in Germania, fattori importanti che sembrano segnalare il persistere di mercati nazionali. Si tratta in effetti della quota ancora esigua di importazioni, soprattutto nel comparto degli autobus urbani e interurbani, nonché in particolare degli elevati requisiti tecnici e qualitativi imposti ai costruttori dagli operatori tedeschi di autobus e dalle loro associazioni di categoria¹².

21. In definitiva però nel caso di specie si può soprassedere alla definizione dei mercati geografici rilevanti in quanto l'operazione di concentrazione, che si basi sul mercato ipotizzato da MAN (cfr. in proposito il punto 81) o sui mercati nazionali, non determinerà la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante. In particolare può essere lasciata aperta la questione se la Germania e l'Austria debbano essere considerate un mercato geografico unico in quanto la risposta sarebbe ininfluente ai fini della valutazione sotto il profilo della concorrenza dell'operazione in oggetto (cfr. i punti 61-63, 72 e 79).

C. COMPATIBILITÀ DELLA CONCENTRAZIONE CON IL MERCATO COMUNE

22. A seguito dell'operazione di concentrazione il numero di costruttori tedeschi di autobus viene a ridursi da tre a due. Nel comparto degli autobus urbani le parti verranno a detenere in Germania una posizione equiparabile a quella di EvoBus; se la Germania e l'Austria vengono considerate un unico mercato, le parti verrebbero a trovarsi in lieve vantaggio su EvoBus. In termini di quote di mercato la concentrazione non modifica la posizione leader di MAN sul mercato austriaco degli autobus urbani e interurbani, né modifica la posizione leader di EvoBus sul mercato tedesco degli autobus interurbani e sui mercati tedesco, austriaco e danese degli autobus da turismo.
23. La Commissione ha condotto un'estesa indagine di mercato, nel corso della quale, da parte degli acquirenti di autobus, sono pervenute in particolare le osservazioni di 206 operatori di autobus urbani e interurbani operanti in Germania. Oltre a ciò sono state interpellate le associazioni di categoria, in particolare il *Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV)* (Associazione degli operatori del trasporto tedeschi) in qualità di associazione rappresentante gli interessi degli acquirenti. Nell'ambito dell'indagine di mercato la Commissione ha inoltre interpellato tutti i più importanti concorrenti delle imprese partecipanti all'operazione di concentrazione nonché le parti stesse.
24. Il seguente prospetto (tabella 1) riporta i dati, confermati dall'indagine di mercato, relativi alle quote di mercato delle parti sul mercato tedesco (D), su quello austriaco (A) ovvero sul mercato tedesco-austriaco (D+A) nei comparti degli autobus urbani, interurbani e da turismo, nonché sul mercato danese degli autobus da turismo (DK), ponendole a confronto con quelle dei loro maggiori concorrenti.

¹² A questo proposito merita particolare attenzione il ruolo del *Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV)* (Associazione degli operatori tedeschi del trasporto) con sede a Colonia, che con le proprie raccomandazioni, ad esempio circa l'allestimento del posto del conducente, ha influenzato le modalità di acquisto dei suoi aderenti.

Mercato del prodotto	Mercato geografico	MAN	Auwärter (Neoplan)	MAN + Auwärter	EvoBus (Mercedes, Setra)	Volvo	Irisbus ¹³	Altri
Autobus urbani	A	63.8%	0%	63.8 %	34.4%	1.8%	0%	0%
	D	39.5%	8.9%	48.4 %	49.4%	1.2%	0.5%	0.5%
	D + A	42.2%	7.9%	50.1 %	47.7%	1.2%	0.4%	0.6%
Autobus interurbani	A	56.5%	0%	56.5 %	26.5%	6.8%	10.2%	0%
	D	17.4%	15.3%	32.7 %	59.9%	3.9%	1.2%	2.3%
	D + A	20.2%	14.2%	34.4 %	57.5%	4.1%	1.8%	2.2%
Autobus da turismo	A	7.7%	16.9%	24.6 %	63.4%	4.9%	2.5%	4.6%
	D	9.5%	19%	28.5 %	51.6%	1.0%	4.1%	14.8 %
	D + A	9.2%	18.7%	27.9 %	53.2%	1.6%	3.8%	13.5 %
	DK	4.5%	16.9%	21.4 %	48.3%	3.4%	9%	17.9 %

Tabella 1. Quote di mercato del 1999, sulla base del numero dei singoli veicoli [numero delle nuove immatricolazioni],

Fonte: la parte notificante e ricerche della Commissione

1) Il mercato degli autobus urbani in Germania

25. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Germania nel 1999 sono stati immatricolati 1 757 nuovi autobus urbani, equivalenti al 32,4% del totale degli autobus di nuova immatricolazione. Certo il volume di mercato dipende dal fabbisogno delle imprese di trasporto e pertanto può andare soggetto ad alcune oscillazioni. La situazione della domanda di autobus urbani, soddisfatto ormai il temporaneo forte incremento intervenuto a seguito della riunificazione tedesca, si presenta tendenzialmente stagnante e anche per il futuro non è prevista alcuna variazione significativa della quota di mercato.

a) Sul mercato tedesco degli autobus urbani vigono al momento efficaci condizioni di concorrenza nonostante l'elevato grado di concentrazione dell'offerta.

26. Nel periodo immediatamente precedente alla concentrazione il mercato tedesco degli autobus urbani è caratterizzato da un elevato grado di concentrazione dell'offerta. Ciononostante su tale mercato vigono al momento efficienti condizioni di concorrenza. È quanto è stato confermato nel corso dell'indagine di mercato dalla stragrande maggioranza dei concorrenti e degli acquirenti interpellati. Finora quindi si è assistito ad un oscillare delle quote di mercato tra gli stessi costruttori tedeschi; oscillazione che, a seconda del costruttore, è stata di entità pari a 3% (Neoplan), 4%

¹³ Irisbus è un'impresa comune di Renault SA e Iveco (quest'ultima appartenente al gruppo Fiat) nella quale i due gruppi hanno fatto confluire le rispettive attività nel settore degli autobus (cfr. la decisione della Commissione del 22 ottobre 1998 nel caso IV/M.1201 – Renault V.I./Iveco, GU C 384 del 10.12.1998, pag. 9). Nel procedimento relativo al caso COMP/M.1980 – Volvo/Renault, Renault si è impegnata a rinunciare alla propria partecipazione in tale impresa comune (cfr. la decisione della Commissione del 1° settembre 2000, GU C 301 del 21.10.2000, pag. 23, allegato III).

(EvoBus) ovvero di 10 punti percentuali (MAN). Nelle attuali condizioni di mercato, anche la normativa europea sulle procedure di aggiudicazione¹⁴, nel frattempo recepita e attuata nell'ordinamento tedesco, ha contribuito a determinare una pressione concorrenziale non per ultimo tra i tre fornitori nazionali. Dalle indagini della Commissione è emerso inoltre che i prezzi sul mercato degli autobus urbani sono rimasti sostanzialmente stabili, fatto questo che, tenuto conto delle innovazioni tecniche e di allestimento intervenute negli ultimi anni, equivale ad una diminuzione di prezzo in termini reali. A detta delle parti, i margini di MAN e di Auwärter sono prossimi a zero ovvero negativi, situazione che negli ultimi anni ha causato perdite per entrambe. Per far fronte a tale evoluzione MAN ha aperto impianti di produzione in Turchia e in Polonia; anche Mercedes-Benz dispone di un impianto di produzione in Turchia.

b) A seguito dell'operazione di concentrazione il numero dei costruttori tedeschi di autobus verrà a ridursi da tre a due; tuttavia Auwärter non ha avuto un'influenza determinante sulle condizioni di concorrenza.

27. A seguito dell'operazione di concentrazione il numero di costruttori tedeschi di autobus viene a ridursi da tre a due. Con il venire meno di Auwärter viene a mancare un fornitore che da ultimo poteva vantare in Germania una quota del mercato degli autobus urbani pari all'8,9% (dati del 1999).
28. La Commissione è giunta tuttavia alla conclusione che nel settore degli autobus urbani i prodotti di Auwärter si differenziano significativamente da quelli degli operatori concorrenti di cui subiscono una concorrenza solo parziale. Certo, al pari dei suoi due concorrenti tedeschi, EvoBus e MAN, anche Auwärter offre autobus urbani di tipo standard; tuttavia, a detta delle parti, negli ultimi anni l'impresa si è sempre più concentrata nella fabbricazione di veicoli destinati a determinate nicchie di mercato. Molti clienti considerano Auwärter un'impresa particolarmente innovativa e flessibile nel soddisfare le esigenze individuali dei clienti. Di conseguenza, nel 2000 il 45% della produzione totale di Auwärter è consistita in prodotti di nicchia quali autobus di linea urbani a due piani, o i cosiddetti "autobus medi" (autobus corti di circa 10 m di lunghezza), i veicoli a trazione elettrica o a gas naturale, nonché i filobus o filobus bimodali. Un'ampia parte della gamma di prodotti di Auwärter nel comparto degli autobus urbani è quindi solo in misura ridotta in concorrenza con i prodotti di MAN, che, secondo quanto dichiarato dalla stessa società, si concentra prioritariamente sulla "produzione di massa" nel comparto degli autobus urbani di tipo standard.
29. A detta delle parti, Auwärter avrebbe volutamente rinunciato ad estendere la propria quota di mercato nel comparto degli autobus urbani, considerando la progettazione e la fabbricazione di autobus da turismo come il proprio punto di forza. L'attività nel comparto degli autobus urbani sarebbe stata svolta soprattutto per far fronte all'insorgere di eccedenze di capacità stagionali nel comparto degli autobus da turismo. Dati i ridotti margini di profitto nel comparto degli autobus urbani e considerato che la sua struttura produttiva, diversamente da quella dei concorrenti, sarebbe inadeguata per la produzione in massa, l'impresa non avrebbe la possibilità di estendere in maniera redditizia la sua produzione nel comparto degli autobus urbani.

¹⁴ Cfr. supra nota 11.

30. L'indagine di mercato condotta dalla Commissione ha confermato il ruolo quasi inesistente dell'impresa Auwärter come concorrente nella fornitura dei grandi clienti. I 76 parchi veicoli delle grandi imprese di autolinee che contano più di 100 autobus, ricompresi dall'indagine di mercato della Commissione, sono dominati quasi esclusivamente, con un'unica eccezione, dalle imprese EvoBus e MAN. Auwärter è invece rappresentata in maniera preponderante nelle piccole e medie imprese di autolinee, fatto questo che relativizza ulteriormente l'importanza di questa impresa come concorrente sul mercato degli autobus urbani.
31. In sintonia con questo quadro, l'indagine di mercato ha anche evidenziato che la stragrande maggioranza dei acquirenti interpellati, vale a dire il 75%, ha dichiarato che in passato la partecipazione di Auwärter ai bandi di gara per autobus urbani non ha avuto alcuna influenza sull'esito della gara stessa. In particolare non è stata riscontrata alcuna conseguenza sui prezzi a seguito della partecipazione o della mancata partecipazione di Auwärter.

c) La Commissione ha esaminato attentamente l'ipotesi che dopo la concentrazione si giunga alla tacita suddivisione del mercato tra EvoBus, da un lato e le parti dall'altro.

32. Con l'acquisizione di Auwärter, MAN viene a detenere una quota di mercato pari al 48,4% (sulla base dei dati del 1999), collocandosi quindi al secondo posto, subito dopo EvoBus (49,4%), sul mercato tedesco degli autobus urbani. Considerati questi dati è da escludere che l'operazione di concentrazione consenta alle parti di conquistare una posizione dominante sul mercato tedesco degli autobus urbani. Tuttavia gli altri costruttori tedeschi consolideranno e stabilizzeranno la loro posizione su tale mercato. Per quanto le quote di mercato sui mercati dominati dagli appalti abbiano un limitato valore indicativo¹⁵, i dati riportati consentono di delineare a priori lo scenario di un duopolio simmetrico costituito da EvoBus e dalla nuova impresa MAN/Auwärter. Date queste premesse e considerate le elevate quote di mercato congiunte che ne derivano per MAN/Auwärter da un lato e per EvoBus dall'altro (nel 1999 le due imprese hanno conquistato insieme il 97,8% del mercato tedesco degli autobus urbani), è stato necessario esaminare se l'operazione di concentrazione sia suscettibile di determinare una posizione dominante comune sul mercato tedesco degli autobus urbani e quindi in una parte consistente del mercato comune.
33. Di conseguenza la Commissione ha attentamente esaminato l'ipotesi che a concentrazione avvenuta si instauri tra i due maggiori operatori del mercato un coordinamento tacito della rispettiva condotta concorrenziale, che possa rafforzare in maniera duratura la suddivisione quasi paritaria attualmente riscontrabile sul mercato tedesco degli autobus urbani, tra EvoBus e la nuova impresa MAN/Auwärter. Proprio perché le quote di mercato degli unici due costruttori che resterebbero sul mercato tedesco sono già oggi ripartite quasi esattamente a metà, entrambe le parti ne trarrebbero vantaggi in pari misura. Ciò potrebbe verificarsi a condizione che entrambe rinuncino ad estendere le rispettive posizioni di mercato con un'aggressiva concorrenza sui prezzi, accontentandosi invece delle quote di mercato raggiunte, ma anche a condizione che la struttura del mercato sia tale da consentire nel tempo un coordinamento tacito e non collusivo.

¹⁵ Cfr. anche la decisione della Commissione del 3 aprile 2001 nel caso COMP/M.2139 – *Bombardier/ADtranz* (punto 39), non ancora pubblicata.

34. Diversamente dalla collusione il coordinamento tacito della condotta degli operatori di mercato non comporta accordi o contatti tra i partecipanti. Nel caso di specie è stato pertanto necessario esaminare se, a concentrazione avvenuta, un tale coordinamento tacito sia sufficiente per eliminare eventualmente la concorrenza a livello nazionale tra i due maggiori operatori del mercato tedesco, e per consentire ad entrambe le parti di conseguire nel lungo termine prezzi e profitti più elevati rispetto a quelli conseguibili in condizioni di concorrenza.
35. La possibilità di un coordinamento tacito della condotta concorrenziale non si può d'altronde escludere per il solo fatto che l'aggiudicazione dei contratti avviene in esito a procedura di appalto pubblico¹⁶. Sui mercati dominati dagli appalti, pur essendo tali mercati inadeguati per le forme classiche di condotta parallela consapevole – casi del genere già sono stati più volte oggetto di decisioni della Commissione¹⁷ – può comunque verificarsi, proprio grazie alle procedure di gara che vi hanno luogo, una ripartizione tacita delle quote di mercato. Infatti le imprese coinvolte potrebbero prendere tacitamente a riferimento determinati fattori della situazione di mercato esistente, ad esempio la disponibilità di un significativo numero di clienti fissi, e ad essi rifarsi per stabilire quale impresa dovrà in futuro aggiudicarsi quale gara, basandosi quindi su tali elementi di riferimento nel decidere quale offerta presentare¹⁸.

d) Nel caso in esame tuttavia le particolari condizioni oggettive non avvalorano l'ipotesi di un tacito coordinamento.

36. Nel caso in esame la Commissione, in esito all'indagine di mercato condotta, è giunta peraltro alla conclusione che, considerate le particolari caratteristiche del mercato tedesco degli autobus urbani, non ci sia da temere alcun coordinamento tacito tra i due restanti costruttori tedeschi di autobus.
37. In primo luogo, l'ipotesi di una comune posizione dominante di EvoBus da un lato e di MAN/Auwärter dall'altro presupporrebbe la possibilità di individuare criteri concreti in base ai quali i due leader del mercato possano coordinare tacitamente la loro condotta concorrenziale. In secondo luogo, andrebbe dimostrato, alla luce delle condizioni del caso in esame, che un tale coordinamento tacito possa anche essere duraturo, ossia sarebbe necessario fornire la prova di una sufficiente stabilità del duopolio così creato. Gli elementi emersi dall'indagine di mercato condotta sul caso in esame non hanno fornito una tale prova. In realtà la posizione dei due maggiori operatori sul mercato tedesco degli autobus urbani è meno simmetrica di quanto lascerebbe supporre un'osservazione superficiale delle quote di mercato da essi conseguite negli ultimi tempi.

¹⁶ In tal senso si erano già espresse le decisioni della Commissione 97/25/CE del 18 ottobre 1995 nel caso IV/M.580 – *ABB/Daimler-Benz*, GU L 11 del 14.01.1997, pag. 1 (in particolare punto 89), e quella del 28 giugno 2000 nel caso COMP/M.1741 – *MCI Worldcom / Sprint* (punti 257-302, in particolare punto 263), non ancora pubblicata.

¹⁷ Cfr. ad esempio le decisioni della Commissione 92/553/CEE del 22 luglio 1992, nel caso IV/M.190 – *Nestlé/Perrier*, GU L 356 del 5.12.1992, pag. 1 (in particolare punto 124), e 97/26/CE del 24 aprile 1996, nel caso IV/M.619 – *Gencor/Lonrho*, GU L 11 del 14.1.1997, pag. 30 (in particolare punto 186).

¹⁸ In tal senso anche la decisione nel caso *MCI Worldcom / Sprint* (cfr. supra nota 16), punti 257-302, in particolare punto 263.

– *Assenza di un coordinamento tacito della condotta concorrenziale in funzione dei rispettivi clienti fissi*

38. Innanzitutto sarebbe ipotizzabile una ripartizione del mercato in funzione dei rispettivi clienti fissi, ossia una ripartizione che tenga conto di quei clienti il cui parco veicoli è costituito esclusivamente o prevalentemente – per una quota superiore al 75% – di autobus di un unico costruttore. A questo scopo entrambi i leader di mercato dovrebbero assumere ciascuno una condotta passiva e rinunciare ad attaccare, con un'aggressiva politica delle offerte, la posizione di cui l'altro gode presso i rispettivi clienti fissi.
39. Effettivamente nel corso dell'indagine di mercato 80 imprese di trasporto (pari al 43%) ha affermato o di avere un parco veicoli monomarca o che tre quarti del loro parco veicoli è costituito da autobus di un unico costruttore. Tra l'altro è emerso che in particolare i piccoli operatori di autobus urbani possiedono spesso un parco veicoli chiaramente dominato da un unico marchio; più dei due terzi delle 80 imprese menzionate sono costituiti da tali piccole imprese con meno di 100 autobus. A concentrazione avvenuta il numero dei parchi veicoli dominati da un unico costruttore passerà da 80 a 86 (cfr. tabella 2).
40. Più di un terzo degli interpellati ha inoltre affermato che la compatibilità con il parco veicoli esistenti costituirebbe per essi un essenziale criterio di scelta nel quadro di gare d'appalto, ad esempio per evitare i costi di conversione legati al cambiamento di marca e dovuti all'addestramento del personale di officina e di guida, all'acquisizione di strumenti e apparecchiature speciali, nonché la tenuta di scorte di pezzi di ricambio. In sostanza il costruttore del marchio di autobus esclusivamente o maggiormente rappresentato nel parco veicoli gode in questo modo di un vantaggio competitivo. Per l'altro costruttore potrebbero ridursi gli incentivi ad attaccare questa posizione nell'ambito delle gare, ad esempio con offerte particolarmente aggressive.
41. Il pericolo che i due leader di mercato possano tentare di preservare l'attuale ripartizione del mercato concentrandosi sui rispettivi clienti fissi viene comunque relativizzato dal fatto che nei parchi veicoli dominati da un unico costruttore il numero complessivo degli autobus presenti è relativamente ridotto. L'indagine della Commissione ha evidenziato che i due terzi del totale degli autobus censiti si trovano in parchi veicoli plurimarca in cui la quota di autobus di un unico costruttore non è superiore al 75%; questi autobus non andrebbero pertanto presi in considerazione nell'analizzare la descritta modalità di coordinamento. Pertanto, un coordinamento tacito tramite una semplice concentrazione sui rispettivi clienti fissi riguarderebbe sin dall'inizio solo un terzo circa del totale degli autobus urbani e non appare quindi propizio al mantenimento dell'attuale ripartizione quasi paritaria del mercato tedesco degli autobus urbani.
42. Una ripartizione paritaria tramite la concentrazione sui clienti fissi appare improbabile anche perché l'indagine di mercato condotta ha dimostrato l'esistenza di un forte squilibrio tra i parchi veicoli dominati da EvoBus e quelli dominati da MAN. Ad esempio 54 degli 80 casi citati sono parchi veicoli dominati da EvoBus, per un totale di 3400 autobus (di cui circa 2900 di EvoBus); per contro, solo in 26 casi il parco veicoli è dominato da autobus MAN (in totale 1900 autobus, di cui 1800 autobus MAN). A concentrazione avvenuta, 32 delle imprese di trasporto censite avranno esclusivamente o prevalentemente autobus della nuova impresa MAN/Auwärter (cfr. in proposito tabella 2). Ne deriva una forte disparità tra EvoBus

da un lato e MAN/Auwärter dall'altro. Di conseguenza – contrariamente a quanto sostiene la tesi esposta inizialmente – non sarebbe sostenibile nel lungo periodo una ripartizione paritaria delle quote di mercato in forza della rinuncia dei due leader di mercato ad una aggressiva politica di offerta nei confronti dei clienti fissi dell'altro.

Tipo e composizione del parco veicoli	Totale prima della concentrazione¹⁹	Di cui "parco veicoli EvoBus"	Di cui "parco veicoli MAN"	Totale dopo la concentrazione¹⁹	Di cui "parco veicoli EvoBus"	Di cui "parco veicoli MAN/Neoplan"
Parco veicoli con autobus di un solo costruttore	30	19	11	33	19	14
Parco veicoli con una quota superiore al 95% di autobus di un solo costruttore	12	11	1	13	11	2
Parco veicoli con una quota compresa tra > 80% e <=95% di autobus di un solo costruttore	24	12	12	25	12	13
Parco veicoli con una quota compresa tra > 75% e <=80% di autobus di un solo costruttore	14	12	2	15	12	3
Totale parziale	80	54	26	86	54	32
Parco veicoli con una quota compresa tra > 60% e <=75% di autobus di un solo costruttore	53	30	23	60	30	30
Parco veicoli con una quota fino al 60% di autobus del costruttore maggiormente rappresentato	44	28	16	37	23	14
Totale parziale	97	58	39	97	53	44
Totale	177	112	65	183	107	76

Tabella 2. Prospetto dettagliato: numero di imprese di trasporto urbano con parco veicoli monomarca ovvero plurimarca

Fonte: risultati dell'indagine di mercato condotta dalla Commissione

¹⁹ I dati complessivi prima della concentrazione si riferiscono esclusivamente ai parchi veicoli in cui EvoBus o MAN sono rispettivamente i costruttori maggiormente rappresentati; per il periodo successivo alla concentrazione sono inclusi i corrispettivi dati di Neoplan che vengono attribuiti al complesso MAN/Neoplan. Secondo quanto risulta alla Commissione, al momento sono sei i parchi veicoli in cui gli autobus Neoplan sarebbero maggiormente rappresentati.

– *Assenza di un coordinamento tacito della condotta concorrenziale in funzione dei clienti con un parco veicoli misto e del numero complessivo di autobus venduti*

43. Una ripartizione tacita del mercato tra MAN/Auwärter da una parte e EvoBus dall'altra sarebbe inoltre ipotizzabile anche prendendo a riferimento le imprese di trasporto che detengono parchi veicoli plurimarca. 97 delle imprese di trasporto urbano interpellate (pari al 53% del totale) ha risposto che al massimo tre quarti del proprio parco veicoli proviene dallo stesso costruttore. Per quanto riguarda questa categoria di clienti EvoBus e MAN/Auwärter potrebbero anche, una volta rafforzata la loro posizione grazie all'aggiudicazione di gare, rinunciare nel medio termine ad attaccare con offerte aggressive la posizione dell'altra società nel parco veicoli di determinate imprese di trasporto. In tal modo le imprese di trasporto con parchi veicoli plurimarca verrebbero di fatto ad essere considerate da EvoBus e MAN/Auwärter come la sfera d'interesse privilegiata dell'una o dell'altra.
44. Tuttavia non c'è da temere neanche un tale sviluppo indirizzato ad una ripartizione quasi paritaria del mercato. Viste le modalità di approvvigionamento, soprattutto quelle dei maggiori clienti, una simile ripartizione appare inattuabile nella pratica. Infatti con il crescere delle dimensioni delle imprese di trasporto, tra gli acquirenti si diffonde la cosiddetta "strategia plurimarca", ossia si mira consapevolmente a costituire un parco veicoli plurimarca con autobus provenienti da due o più costruttori allo scopo di favorirne la concorrenza²⁰. Inoltre non si prevede che l'acquisizione di Auwärter da parte di MAN abbia riflessi tangibili sulle opportunità delle imprese di autolinee di perseguire una strategia plurimarca. EvoBus (Mercedes-Benz o Setra) e MAN sono i costruttori maggiormente rappresentati nella stragrande maggioranza dei parchi veicoli ricompresi nell'indagine di mercato, mentre Auwärter (Neoplan) vi gioca solo un ruolo subordinato come seconda marca²¹. Questa conclusione è stata altresì confermata dalle imprese di autolinee interpellate, il 75% delle quali ha dichiarato che in passato la partecipazione di Auwärter alle procedure di gara non ha influito minimamente sul loro esito (cfr. supra punto 31)
45. La Commissione ha anche esaminato se sia possibile procedere ad una ripartizione del mercato in funzione della casa costruttrice di quegli autobus di un parco veicoli che devono essere sostituiti. Se nel corso della gara fosse noto quali autobus debbano essere sostituiti e se si trattasse di autobus di un'unica casa costruttrice, i due maggiori operatori di mercato tedeschi potrebbero eventualmente conservare le quote di mercato che detengono concentrandosi ciascuno sull'attività di sostituzione degli autobus della propria marca e rinunciando per il resto ad una politica aggressiva delle offerte.
46. È emerso però che la prassi di gara vigente sul mercato tedesco degli autobus urbani non consente una simile ripartizione del mercato. I bandi di gara per gli autobus urbani non contengono infatti alcuna indicazione precisa circa gli autobus da sostituire. Inoltre, secondo quanto dichiarato dalle imprese di trasporto, al momento della pubblicazione del bando di gara non è ancora affatto certo quali autobus in particolare debbano essere sostituiti. Spesso solo a gara conclusa viene deciso quali autobus devono finalmente essere sostituiti, in quanto la decisione dipende da

²⁰ Meno del 10% delle imprese di trasporto di maggiori dimensioni, ossia con almeno 100 autobus, interpellate nel corso dell'indagine di mercato, ha un parco veicoli esclusivamente monomarca.

²¹ In più del 90% dei parchi veicoli plurimarca ricompresi nell'indagine di mercato EvoBus e MAN sono i due costruttori maggiormente rappresentati. Auwärter è tra i due costruttori maggiormente rappresentati in meno del 10% dei parchi veicoli plurimarca.

numerosi fattori (durata dei contratti pubblicitari esistenti²², redditività della continuazione dell'impiego una volta scaduto il vincolo di destinazione connesso con la sovvenzione statale²³, ecc.) che non hanno alcun rapporto diretto con la gara.

47. Sarebbe infine ipotizzabile che i costruttori prendano a riferimento il totale degli autobus venduti in un determinato periodo di tempo e rinuncino a forme di concorrenza attiva fin tanto che le quote di mercato di entrambi si mantengano in equilibrio. In tal modo potrebbero essere incluse nella ripartizione tacita tra EvoBus e MAN/Auwärter anche quelle imprese di trasporto il cui parco veicoli è al momento costituito in misura relativamente equilibrata da autobus di entrambi i leader di mercato. In tal modo la fornitura ai clienti con parco veicoli plurimarca da parte dell'uno o dell'altro leader di mercato potrebbe servire a calibrare in termini di volume la generale ripartizione paritaria del mercato.
48. Contro questa ipotesi depone però la stessa entità contratti da aggiudicare, in crescita negli ultimi tempi. Il numero medio degli autobus messi in gara è così passato da circa 21-22 a 25-26. Tra l'altro vista la tendenza già ora evidente verso la costituzione di grandi consorzi di acquisto²⁴, nonché la creazione di imprese di trasporto privatizzate di grandi dimensioni, l'importanza delle singole gare è destinata ad accrescersi²⁵. Dato che allo stesso tempo il volume totale del mercato è stagnante (cfr. supra punto 25), la tendenza è verso un numero minore di gare nel corso di un anno. Quanto minore il numero di gare effettuate e maggiore il numero di autobus messi in gara ogni volta, tanto più improbabile appare che uno dei due leader di mercato sia disposto a rinunciare al relativo contratto.
49. A ciò si aggiunga che gli acquirenti hanno la possibilità di confrontare le offerte presentate da un costruttore con quelle che lo stesso costruttore ha presentato in occasione di altre gare. Inoltre in più della metà dei casi in Germania partecipano alle gare per gli autobus urbani anche costruttori esteri, le cui offerte potrebbero ugualmente servire da criterio di confronto. È vero che il successo dei costruttori

²² Secondo le risultanze della Commissione su numerosi autobus vengono applicati messaggi pubblicitari di grande formato del relativo sponsor, il cui trasferimento sui nuovi autobus comporterebbe costi ingenti.

²³ La durata del vincolo di destinazione oscilla di norma tra gli 8 e i 10 anni, a seconda dei Länder. La vita utile di un autobus urbano può invece arrivare a 15 anni, lasciando quindi un notevole margine di tempo, fino a 7 anni, per provvedere alla sostituzione.

²⁴ Sono in corso ad esempio discussioni in merito alla fusione delle aziende municipalizzate di Colonia e Bonn. Per quanto riguarda i consorzi di acquisto, le aziende municipalizzate di Dortmund, Bochum Herne e Costrop-Ruaxel nonché l'impresa di trasporti Vestische Straßenbahn indicano dal 1998 gare comuni ("*Kooperationsgemeinschaft Östliches Ruhrgebiet*" - consorzio della Ruhr orientale); allo stesso modo operano anche le aziende municipalizzate di Wuppertal, Hagen, Solingen e Remscheid ("*Bergischer Bus*").

²⁵ Si prevede che la progettata riforma delle norme comunitarie in materia di trasporto pubblico di persone contribuisca ad accelerare notevolmente la nascita di imprese di autolinee di maggiori dimensioni operanti tra i centri urbani. In particolare è prevista una modifica del regolamento (CEE) n. 1191/69 del Consiglio, del 26 giugno 1969, relativo all'azione degli Stati membri in materia di obblighi inerenti alla nozione di servizio pubblico nel settore dei trasporti per ferrovia, su strada e per via navigabile (GU L 156 del 28.6.1969, pag. 1, modificato da ultimo dal regolamento (CEE) n. 1893/91, GU L 169 del 29.6.1991, pag. 1). La proposta di modifica della Commissione prevede tra l'altro l'obbligo di gara per i servizi di trasporto urbano di persone, obbligo che impone agli offerenti di entrare in concorrenza con altri (cfr. in proposito la *proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio relativo all'azione degli Stati membri in tema di obblighi di servizio pubblico e di aggiudicazione di contratti di servizio pubblico nel settore del trasporto di passeggeri per ferrovia, su strada e per via navigabile interna* del 26 luglio 2000, COM/2000/0007def., GU C 365E del 19.12.2000, pag. 169).

esteri in Germania è stato finora relativamente modesto; comunque più dei due terzi delle imprese di trasporto interpellate dalla Commissione, cui si deve più del 95% della domanda di autobus urbani censiti in Germania, ha dichiarato che in caso di un aumento di prezzo compreso tra il 5% e il 10% l'impresa sarebbe disposta ad acquistare autobus di altri costruttori, anche esteri. Per forza di cose la rinuncia di un offerente alla concorrenza attiva risulterebbe evidente e ne ridurrebbe notevolmente le possibilità di successo nelle gare.

– *Un qualsiasi coordinamento tacito sarebbe instabile a causa di una serie di parametri concorrenziali*

50. Nel caso in esame il coordinamento è reso inoltre difficile dal notevole numero di criteri che entrano in gioco al momento dell'aggiudicazione della gara, criteri che ostacolerebbero la stabilità nel lungo periodo di una condotta coordinata tacita.
51. Certo gli autobus urbani sono prodotti meno eterogenei di quanto possa apparire ad un esame superficiale. Le disposizioni dettagliate dei capitolati d'onere delle imprese di trasporti favoriscono piuttosto un elevato grado di omogeneità nelle caratteristiche tecniche dei veicoli offerti dai costruttori. Inoltre, nella stragrande maggioranza delle gare, i requisiti stabiliti dai clienti coincidono con le raccomandazioni del VDV²⁶, così che anche sul mercato tedesco vige un grado non trascurabile di uniformizzazione²⁷.
52. Tuttavia, nelle gare d'appalto per gli autobus urbani l'aggiudicazione non dipende assolutamente dal solo prezzo di base di un determinato modello, quanto piuttosto da tutta una serie di ulteriori criteri di scelta; in particolare giocano un ruolo sempre più importante i costi del ciclo di vita del veicolo nonché le garanzie di efficienza operativa e di disponibilità degli autobus. Allo stesso modo cresce la richiesta che il costruttore dia garanzie sul valore residuo dell'autobus al termine del ciclo di vita. Poter offrire una garanzia di assistenza 24 ore su 24 e di fornitura rapida dei pezzi di ricambio è oggi spesso altrettanto necessario per avere successo su tale mercato. L'interdipendenza di tutti questi parametri porta ad escludere che i due leader del mercato possano attuare una sorveglianza reciproca della rispettiva condotta concorrenziale, ad esempio, in funzione della quantità o del prezzo. Di conseguenza le imprese interessate non sarebbero in grado di verificare fino a che punto l'altra si sia discostata dalla condotta coordinata. Ma proprio questo sarebbe il presupposto necessario per poter attuare eventuali misure di ritorsione reciproche e per garantire il mantenimento del coordinamento tacito²⁸.
53. Tra l'altro la riduzione del numero di costruttori di autobus tedeschi da tre a due non implica in nessun modo un'uguale riduzione del numero degli offerenti nelle gare pubbliche sul mercato tedesco da tre a due. In realtà anche i costruttori esteri prendono parte sempre più alle gare più importanti accanto ai costruttori tedeschi, così che nel frattempo in più della metà delle gare in Germania si registra la

²⁶ Cfr. ad esempio la circolare del VDV n. 230 "*Rahmenempfehlung für Stadt-Niederflur-Linienbusse*" (raccomandazione quadro per gli autobus di linea urbani a pianale ribassato) del giugno 1994 e la n. 234 "*Fahrerarbeitsplatz im Niederflur-Linienbus*" (posto del conducente negli autobus di linea a pianale ribassato) del giugno 1996 (la versione in vigore risale all'ottobre 2000).

²⁷ Cfr. sull'intera problematica la decisione nel caso *MCI Worldcom / Sprint* (cfr. supra nota 16), punti 258 e segg.

²⁸ In questo senso anche la decisione della Commissione del 29 settembre 1999 nel caso IV/M.2139 – *Exxon/Mobil* (punto 474 della versione pubblica provvisoria).

partecipazione di costruttori esteri. Anche questa circostanza rende difficile un coordinamento duraturo della condotta concorrenziale dei due leader tedeschi nonché il loro reciproco controllo, tanto più che un numero significativo di clienti si dimostra sempre più disposto a ripiegare sull'offerta dei costruttori esteri (cfr. supra punto 49).

– *Mancanza di somiglianze strutturali tra le imprese MAN/Auwärter e EvoBus*

54. La necessaria stabilità del duopolio che verrà a costituirsi presupporrebbe inoltre un grado adeguato di somiglianza strutturale delle imprese MAN/Auwärter e EvoBus, che tuttavia non è stato possibile riscontrare, nonostante la presenza di alcune comunanze.
55. Certo, sia MAN/Auwärter che EvoBus hanno intenzione di produrre e commercializzare autobus seguendo la strategia del doppio marchio, sebbene nel quadro di una gestione aziendale unitaria. Entrambe le imprese produrranno veicoli commerciali (autocarri). Da ciò derivano vantaggi in termini di ricerca e sviluppo, acquisto e fabbricazione di componenti, nonché eventualmente di utilizzo delle rispettive reti di officine e di assistenza sia per gli autobus che per i veicoli commerciali. Entrambe le imprese dispongono inoltre, con MAN e Mercedes-Benz rispettivamente, di una produzione in proprio di motori per autobus. Entrambe gestiscono inoltre impianti di produzione in paesi terzi, quali Polonia e Turchia, dove possono trarre vantaggio dai salari strutturalmente più bassi. Infine entrambe le imprese godono in pari misura di importanti vantaggi rispetto ai loro attuali o potenziali concorrenti stranieri, vantaggi costituiti in particolare dalle due più fitte reti di officine di riparazione e di manutenzione sul mercato tedesco, da una presenza capillare nel parco veicoli delle imprese tedesche di trasporto e dalla fedeltà in particolare dei piccoli acquirenti.
56. Tuttavia tali comunanze non possono celare le differenze sostanziali esistenti tra le due imprese, differenze che determinano un notevole squilibrio tra di loro. Ciò emerge chiaramente già dalla diversa importanza dei due costruttori sia sul complessivo mercato degli autobus che nel settore dei veicoli commerciali. EvoBus produce un numero di autobus quattro volte superiore rispetto a quello prodotto assieme da MAN e Auwärter, e il gruppo DaimlerChrysler, che controlla EvoBus, produce un numero di autobus e di veicoli commerciali otto volte superiore rispetto a MAN/Auwärter. A questo proposito è importante notare che la quota dei cosiddetti componenti comuni, ossia di componenti utilizzabili nella produzione sia dei veicoli commerciali che degli autobus, secondo i dati forniti dalle parti, rappresenta una percentuale oscillante tra il 20% e il 30% del valore di un autobus urbano medio. Pertanto il gruppo DaimlerChrysler, grazie al volume notevolmente superiore della sua produzione di autobus e di veicoli commerciali, avrà anche in futuro notevoli vantaggi dimensionali rispetto alla nuova impresa MAN/Auwärter. Pertanto non esiste affatto una sufficiente simmetria tra i due leader di mercato, in particolare sotto il profilo della struttura dei costi; una tale simmetria sarebbe però il presupposto su cui si fonda l'ipotesi di duopolio stabile²⁹.

²⁹ In tal senso anche la decisione *Exxon/Mobil* (punto 476 della versione pubblica provvisoria, cfr. supra nota 28). Sull'importanza della struttura dei costi cfr. già la decisione della Commissione nel caso *Nestlé/Perrier* (cfr. supra nota 17), punto 63.

e) Conclusione: l'operazione di concentrazione non è atta a determinare la creazione di una posizione dominante di tipo duopolistico sul mercato tedesco degli autobus urbani.

57. Per i motivi illustrati nei punti che precedono la Commissione è giunta alla conclusione che l'operazione di concentrazione e il conseguente venir meno dell'impresa Auwärter (Neoplan) come offerente indipendente non comprometteranno la concorrenza effettiva attualmente vigente sul mercato tedesco degli autobus urbani. La situazione oggettiva che le indagini della Commissione hanno consentito di delineare consente di escludere la possibilità di un coordinamento tacito. È quindi da ritenere che l'operazione di concentrazione non sia idonea a determinare la creazione di una posizione dominante di tipo duopolistico sul mercato tedesco degli autobus urbani.

2) Il mercato degli autobus urbani in Austria

58. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, nel 1999 sono stati immatricolati in Austria 218 nuovi autobus urbani, pari al 33,6% del totale degli autobus di nuova immatricolazione. MAN è l'indiscusso leader del mercato con il 63,8%, seguito da EvoBus con il 34,4% e da Volvo con l'1,8%.

59. La concentrazione non determinerà alcun sommarsi delle quote di mercato, in quanto nel biennio 1999-2000 Auwärter non è riuscita a vendere in Austria nessun autobus di questa categoria. Le vendite isolate negli anni precedenti, oscillanti tra le 3 e le 13 unità, pari a quote di mercato comprese tra l'8% (1996/1997) e l'1,7% (1998/1999)³⁰ fanno capo al rappresentante bavarese di Auwärter nel Land Vorarlberg e non sono state il risultato di gare. La filiale austriaca di Auwärter ha finora venduto esclusivamente autobus da turismo. L'acquisizione di Auwärter da parte di MAN porterebbe tutt'al più all'eliminazione di un operatore di nicchia, il quale negli ultimi due anni non ha registrato alcuna vendita e a cui pertanto andrebbe riconosciuto al massimo lo status di concorrente potenziale. Non è invece da temere un sostanziale rafforzamento della posizione di MAN sul mercato tedesco a seguito dell'operazione di concentrazione.

60. Nonostante la posizione di forza di EvoBus e del leader di mercato MAN, al momento sul mercato austriaco degli autobus urbani dominano condizioni di concorrenza effettiva. Con l'acquisizione del costruttore austriaco Steyr Bus GmbH, Volvo è divenuta il terzo operatore ottenendo maggiori successi di Auwärter. Alla luce di tale situazione di mercato, il venir meno di Auwärter in quanto eventuale concorrente non solleva riserve sotto il profilo della concorrenza in merito all'operazione di concentrazione.

3) Il mercato degli autobus urbani in Germania e in Austria

61. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Germania e in Austria nel 1999 sono stati immatricolati 1975 nuovi autobus urbani, pari al 32,4% del totale degli autobus di nuova immatricolazione nei due Stati membri. Se si esamina il settore degli autobus urbani in Germania e in Austria complessivamente,

³⁰ I dati si riferiscono all'esercizio finanziario di MAN (con inizio il 1° luglio di un anno e con termine il 30 giugno dell'anno successivo).

MAN ha conseguito una quota di mercato pari al 42,2%, Auwärter al 7,9% (le due parti insieme: 50,1%) mentre la quota di EvoBus è stata pari al 47,7%. In tal modo, l'analisi di un mercato tedesco-austriaco evidenzia un rapporto di forze tra MAN/Auwärter da un lato e EvoBus dall'altro simile a quello che emerge dall'analisi del solo mercato tedesco (cfr. supra punto 32).

62. Le condizioni di concorrenza su un mercato tedesco-austriaco degli autobus urbani sarebbero paragonabili a quelle vigenti in Germania. In particolare in entrambi gli Stati membri i leader del mercato e gli altri costruttori operanti sono in gran parte gli stessi. Inoltre, grazie alla comunanza di lingua, esistono stretti legami tra i mercati dei due Stati membri, fatto questo che porta tra l'altro anche al diffondersi di pratiche commerciali analoghe. Ad esempio, nei programmi di acquisto le imprese di trasporto austriache seguono in gran parte le raccomandazioni elaborate in Germania dal VDV.
63. È pertanto possibile estendere le conclusioni relative al mercato tedesco (cfr. supra punto 57) al predetto mercato geografico più ampio.

4) Il mercato degli autobus interurbani in Germania

64. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Germania nel 1999 sono stati immatricolati 1922 nuovi autobus interurbani, pari al 35,2% del totale degli autobus di nuova immatricolazione. EvoBus è l'indiscusso leader del mercato con il 59,9%, seguito da MAN con una quota di mercato del 17,4%, da Auwärter con il 15,3% e da Volvo con l'3,9%.
65. Le condizioni di mercato nel comparto degli autobus interurbani sono simili a quelle vigenti nel comparto degli autobus urbani, sebbene alcune caratteristiche siano meno marcate. Ad esempio, i requisiti tecnici e di qualità degli autobus interurbani sono sì elevati, ma meno elevati che per gli autobus urbani; inoltre vi è una differenza tra i requisiti fissati dai singoli clienti per gli autobus interurbani sebbene tale differenza sia minore che nel comparto degli autobus urbani. Gare di appalto pubbliche per la fornitura di autobus interurbani vengono effettuate, sebbene meno frequentemente che nel comparto degli autobus urbani. La presenza di costruttori esteri è limitata ma maggiore che nel comparto degli autobus urbani; la loro quota di mercato è pari al 7%, con tendenza in crescita. Nel complesso anche nel comparto degli autobus interurbani si constata in Germania la presenza di condizioni di concorrenza effettiva.
66. Data la chiara leadership di mercato di EvoBus è da escludere che l'operazione di concentrazione porti all'instaurarsi di una situazione di oligopolio sul mercato tedesco degli autobus interurbani. La ripartizione fortemente asimmetrica – diversamente da quanto avviene nel comparto degli autobus urbani – delle quote di mercato di MAN/Auwärter da un lato (32,7%) e di EvoBus dall'altra (59,9%) depone inoltre contro la creazione di una posizione dominante comune. Per il resto, date le analoghe condizioni di mercato (cfr. supra punto 65) le conclusioni a proposito del comparto degli autobus urbani (cfr. supra punto 57) possono essere sostanzialmente estese al mercato tedesco degli autobus interurbani.

5) Il mercato degli autobus interurbani in Austria

67. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Austria nel 1999 sono stati immatricolati 147 nuovi autobus interurbani, pari al 22,7% del totale degli autobus di nuova immatricolazione. MAN è l'indiscusso leader del mercato con il 56,5%, seguito da EvoBus con una quota di mercato del 26,5%, da Irisbus (Renault) con il 10,2% e da Volvo con il 6,8%.
68. La concentrazione non determinerà alcun sommarsi delle quote di mercato, in quanto nel biennio 1999-2000 Auwärter non è riuscita a vendere in Austria nessun autobus di questa categoria. Anche i risultati di vendita degli anni precedenti, oscillanti tra zero e tre unità, pari a quote di mercato comprese tra 0% (1997/1998) e 1,8% (1996/1997)³¹, confermano il peso limitato di Auwärter sul mercato austriaco degli autobus interurbani. L'acquisizione di Auwärter da parte di MAN porterebbe tutt'al più all'eliminazione di un operatore di nicchia, il quale negli ultimi due anni non ha registrato alcuna vendita e a cui pertanto andrebbe riconosciuto al massimo lo status di concorrente potenziale. Non è invece da temere un sostanziale rafforzamento della posizione di MAN sul mercato tedesco a seguito dell'operazione di concentrazione.
69. Tra l'altro, in misura maggiore che nel comparto degli autobus urbani, la concorrenza sul mercato austriaco degli autobus interurbani viene garantita dalla presenza di operatori che non provengono dall'area di lingua tedesca. Va ricordato in particolare il recente ingresso sul mercato di Irisbus (Renault)³², la quale in un anno ha conquistato una quota di mercato pari al 10,2%, che arriva addirittura al 26% se si prende a riferimento l'esercizio finanziario di MAN 1999/2000³³.
70. Inoltre il mercato austriaco degli autobus interurbani è caratterizzato da un forte grado di concentrazione sul versante degli operatori di autobus, così che ne risulta un notevole potere di contrattazione degli acquirenti. In tale contesto un ruolo determinante è svolto in particolare dalla forte posizione dei due grandi operatori di autobus interurbani in Austria, Österreichischer Postbus AG e Österreichische Bundesbahnen (ÖBB). Österreichische Postbus AG possiede un parco veicoli costituito da circa 1600 autobus di diverse marche e persegue una decisa strategia plurimarca per promuovere la concorrenza tra gli operatori; ÖBB possiede circa 800 autobus e tende anch'essa alla strategia plurimarca.
71. In queste condizioni anche sul mercato degli autobus interurbani in Austria il venir meno di Auwärter in quanto eventuale concorrente non solleva riserve sotto il profilo della concorrenza in merito all'operazione di concentrazione.

6) Il mercato degli autobus interurbani in Germania e in Austria

72. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Germania e in Austria nel 1999 sono stati immatricolati 2069 nuovi autobus interurbani, pari al 33,9% del totale degli autobus di nuova immatricolazione nei due Stati membri. Se si considera il settore degli autobus interurbani in Germania e in Austria complessivamente, MAN ha conseguito una quota di mercato pari al 20,2%, Auwärter del 14,2% (le due parti insieme: 34,4%), mentre la quota di EvoBus è stata pari al 57,5%. In tal modo, l'analisi del mercato tedesco-austriaco evidenzia un

³¹ I dati si riferiscono all'esercizio finanziario di MAN (con inizio il 1° luglio di un anno e con termine il 30 giugno dell'anno successivo).

³² Cfr. supra nota 13.

³³ L'esercizio 1999/2000 di MAN è iniziato il 1° luglio 1999 e si è concluso il 30 giugno 2000.

rapporto di forze tra MAN/Auwärter, da un lato, e EvoBus dall'altro, sostanzialmente simile a quello che emerge dall'analisi del solo mercato tedesco. Per la valutazione sotto il profilo della concorrenza valgono le stesse conclusioni esposte per la Germania (cfr. precedente punto 66).

7) Il mercato degli autobus da turismo in Germania

73. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Germania nel 1999 sono stati immatricolati 1773 nuovi autobus da turismo, pari al 32,5% del totale degli autobus di nuova immatricolazione. EvoBus è l'indiscusso leader del mercato con il 51,6%, seguito da Auwärter con il 19% e da MAN con il 9,5%.
74. L'indagine di mercato condotta ha messo in luce il fatto che attualmente sul mercato tedesco degli autobus da turismo vige un'effettiva concorrenza sui prezzi. Diversamente dal comparto degli autobus urbani e interurbani, già oggi gli operatori di autobus da turismo sono imprese private in tutti i sensi, che non godono di alcun sostegno statale e che pertanto nella loro politica di acquisti devono farsi guidare dal criterio del rapporto prezzo-rendimento³⁴.
75. Gli operatori stranieri³⁵ hanno dato il loro contributo alla concorrenza sul mercato tedesco degli autobus da turismo. Essi sono riusciti ad accrescere la loro quota di mercato dal 10,3% (1994)³⁶ all'attuale 20%. Certo, il mercato tedesco degli autobus da turismo è caratterizzato dalla presenza di un gran numero di operatori di piccole e medie dimensioni tra i quali in particolare la cooperazione e i programmi di acquisto in comune sono più rari che tra gli operatori di autobus urbani o interurbani. Inoltre gli autobus da turismo non vengono acquistati in esito ad una procedura di gara pubblica. Dall'altra parte la maggioranza degli operatori di autobus da turismo non dispone di propri servizi di manutenzione ed è quindi dipendente dall'assistenza del costruttore o delle officine con questo convenzionate. Come dimostra la quota crescente delle importazioni, ciò non crea ostacoli insormontabili all'ingresso sul mercato.
76. Data questa situazione l'operazione di concentrazione tra MAN e Auwärter non solleva alcuna riserva sotto il profilo della concorrenza sul mercato tedesco degli autobus da turismo. Non sussiste nemmeno alcun pericolo che possa instaurarsi una posizione dominante collettiva di MAN/Auwärter da un lato e del leader di mercato EvoBus dall'altro. L'asimmetria delle quote di mercato (MAN/Auwärter: 28,5%; EvoBus: 51,6%) così come l'aumento delle importazioni constatato depongono contro il pericolo di un tacito coordinamento.

8) Il mercato degli autobus da turismo in Austria

77. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Austria nel 1999 sono stati immatricolati 284 nuovi autobus da turismo, pari al 43,8% del totale degli autobus di nuova immatricolazione. EvoBus è l'indiscusso leader del mercato con il

³⁴ Sul peso che in particolare gli operatori privati di autobus attribuiscono al prezzo cfr. già la decisione *Mercedes-Benz/Kässbohrer* (cfr. supra nota 6), punto 51.

³⁵ Tra questi l'impresa belga *Van Hool N.V.*, i costruttori olandesi *Autobusfabriek BOVA B.V.* e *Berkhof Jonckheere*, i costruttori svedesi *Volvo Bus Corporation* e *Scania AB*, nonché *Irisbus* (cfr. supra nota 13).

³⁶ Decisione *Mercedes-Benz/Kässbohrer* (cfr. supra nota 6), punto 62.

63,4%, seguito da Auwärter con una quota di mercato del 16,9%, da MAN con il 7,7% e da Volvo con il 4,9%. I costruttori non tedeschi sono riusciti negli anni passati ad aumentare costantemente la loro quota di mercato portandola a più del 10% e raggiungendo nel 1999 una percentuale del 12%.

78. L'indagine di mercato condotta ha messo in luce il fatto che attualmente le condizioni di concorrenza sul mercato austriaco degli autobus da turismo non si differenziano sostanzialmente da quelle vigenti sul mercato tedesco. Ciò vale in particolare per le caratteristiche di natura tecnica e qualitativa richieste dagli acquirenti; anche il livello dei prezzi è simile e gli operatori attivi sul mercato sono gli stessi. Le conclusioni tratte per il mercato tedesco (cfr. supra punti 74 e segg.) possono essere applicate anche all'Austria.

9) Il mercato degli autobus da turismo in Germania e in Austria

79. Secondo quanto emerge dai dati raccolti dalla Commissione, in Germania e in Austria nel 1999 sono stati immatricolati complessivamente 2057 nuovi autobus da turismo, pari al 33,7% del totale degli autobus di nuova immatricolazione nei due Stati membri. Se si considera il settore degli autobus da turismo in Germania e in Austria complessivamente, MAN ha conseguito una quota di mercato pari al 9,2%, Auwärter del 18,7% (le due parti insieme: 27,9%), mentre la quota di EvoBus è stata pari al 53,2%. In tal modo, l'analisi del mercato tedesco-austriaco evidenzia un rapporto di forze tra MAN/Auwärter, da un lato, e EvoBus dall'altro, sostanzialmente simile a quello che emerge dall'analisi del solo mercato tedesco. Per la valutazione sotto il profilo della concorrenza vale quanto detto per la Germania (cfr. supra punto 74).

10) Il mercato degli autobus da turismo in Danimarca

80. Da un punto di vista statistico, sul mercato danese degli autobus da turismo vi sarà effettivamente un'addizione di quote di mercato (MAN: 4,5%; Auwärter: 16,9%; insieme: 21,4%), anche se EvoBus rimarrà l'indiscusso leader con una quota pari al 48,3%. Diversamente da Auwärter, MAN ha esportato in Danimarca esclusivamente telai, ma non autobus completi; MAN opera pertanto ad un livello di mercato diverso da quello di Auwärter. La quota di mercato che comunque MAN si trova a detenere in Danimarca è dovuta esclusivamente al fatto che, secondo le modalità di calcolo utilizzate nelle statistiche sulle immatricolazioni, il costruttore del telaio viene indicato come costruttore dell'autobus. Il sommarsi di quote di mercato non è elemento per giustificare riserve sotto il profilo della concorrenza.

11) Valutazione della concentrazione sotto il profilo della concorrenza sulla base della definizione di mercato geografico fornita da MAN

81. Anche prendendo a riferimento la definizione di mercato geografico rilevante proposta da MAN, che ricomprende oltre alla Germania e all'Austria anche l'Italia, il Belgio, il Lussemburgo, i Paesi Bassi, la Francia, la Spagna e il Portogallo, non emergono riserve sotto il profilo della concorrenza. Su tale mercato geografico, ad esempio nel comparto degli autobus urbani, Irisbus si colloca al primo posto, con una quota del 30,5%, seguito da EvoBus (24,1%), MAN/Auwärter (21,5%), van Hool (5,5%), Volvo e Scania (ciascuna 3,6%). Nel comparto degli autobus interurbani il

leader è EvoBus, con una quota del 33,6%, seguito da Irisbus (32,7%) e MAN/Auwärter (18,4%). Nel comparto degli autobus da turismo EvoBus detiene la quota nettamente maggiore, pari al 33%, davanti a Irisbus (22,5%) e a MAN/Auwärter (18,4%); Volvo si attesta al 7% e Scania al 6,2%³⁷.

³⁷ Tutti i dati si riferiscono al 1999.

VII. CONCLUSIONE

82. Per i motivi illustrati nei punti che precedono si può ritenere che la progettata operazione di concentrazione non determinerà la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante che limiterebbe in maniera significativa la concorrenza effettiva nel mercato comune, o in una parte consistente di questo. La concentrazione è quindi da dichiarare compatibile con il mercato comune a norma dell'articolo 2, paragrafo 2 e dell'articolo 8, paragrafo 2 del regolamento sulle concentrazioni, nonché con il funzionamento dell'accordo SEE a norma dell'articolo 57 di detto accordo,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

L'operazione notificata, in base alla quale MAN Nutzfahrzeuge AG acquisisce, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del regolamento sulle concentrazioni, il controllo esclusivo di Gottlob Auwärter GmbH & Co. KG, è dichiarata compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE.

Articolo 2

Destinataria della presente decisione è:

MAN Nutzfahrzeuge AG
Dachauer Straße 667
D-80995 München

Bruxelles, 20.6.2001

Per la Commissione

Mario MONTI

Membro della Commissione