

***Caso n. COMP/M.3063 -
DE AGOSTINI /
HOLDING DI
PARTECIPAZIONI / RCS
DIFFUSIONE / JV***

Il testo in lingua italiana è il solo disponibile e facente fede.

**REGOLAMENTO (CEE) n. 4064/89
SULLE CONCENTRAZIONI**

Articolo 6, paragrafo 1, lettera b) NON OPPOSIZIONE
data: 12/05/2003

*Disponibile anche nella base dati CELEX
documento n. 303M3063*



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 12/05/2003

SG (2003) **D/229695-6**

Nella versione pubblicata di questa decisione sono state omesse alcune informazioni ai sensi dell'art. 17(2) del Regolamento del Consiglio (CEE) N. 4064/89 riguardante la non divulgazione di segreti professionali ed altre informazioni riservate. Le omissioni sono dunque così evidenziate [...]. Laddove possibile, l'informazione omessa è stata sostituita dall'indicazione di una scala di valori o da una indicazione generale.

ACCESSIBILE AL PUBBLICO

PROCEDURA RELATIVA ALLE
CONCENTRAZIONI
DECISIONE AI SENSI DELL'ARTICOLO 6,
PARAGRAFO 1, LETTERA b)

Alle parti notificanti

Oggetto: **Caso n. COMP/M.3063 – DE AGOSTINI / HOLDING DI PARTECIPAZIONI/ RCS DIFFUSIONE / JV**

Notifica del 3 aprile 2003 ai sensi dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio.

Pubblicazione nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea C 87, del 10.4.2003, pag. 31.

I. INTRODUZIONE

1. In data 3 aprile 2003 è pervenuta alla Commissione la notifica di un progetto di concentrazione in conformità dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio¹ ("regolamento sulle concentrazioni"). Con tale operazione le imprese Istituto Geografico De Agostini ("IGDA"), appartenente a De Agostini S.p.A. ("DeA"), e Holding di Partecipazioni ("HdP") acquisiscono, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del suddetto regolamento il controllo congiunto di un'impresa pre-esistente e costituente un'impresa comune (RCS Diffusione), mediante acquisto e conferimento di azioni. Hachette Rusconi S.p.A. ("Rusconi") verrà a detenere una quota del 10% e godrà dei diritti spettanti di norma agli azionisti di minoranza.
2. Dopo aver esaminato la notifica, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata rientra nel campo di applicazione del regolamento sulle concentrazioni e non suscita seri dubbi per quanto riguarda la sua compatibilità con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE.

¹ GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1; rettifica: GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13. Regolamento modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1310/97 (GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1; rettifica: GU L 40 del 13.2.1998, pag. 17).

II. LE PARTI

3. Il gruppo De Agostini è attivo in Italia nella pubblicazione e nella distribuzione di vari prodotti editoriali, tra cui opere collezionabili (enciclopedie, ecc.), prodotti scolastici, per l'utenza aziendale e professionale, pubblicazioni turistiche e cartografiche.
4. HdP è una holding attiva in Italia nel settore dei media (editoria, radio, raccolta pubblicitaria) tramite varie società controllate: pubblicazione e distribuzione di quotidiani (RCS Editori, RCS Diffusione), di periodici (principalmente RCS Periodici) e di periodici collezionabili (RCS Collezionabili).
5. Rusconi opera nel mercato dell'edizione delle pubblicazioni periodiche in Italia.

III. L'OPERAZIONE

6. Attualmente le parti distribuiscono i rispettivi prodotti editoriali tramite controllate distinte: RCS Diffusione (controllata interamente da HdP) e Deadis S.r.l. (controllata da IGDA e di cui Rusconi detiene una partecipazione di minoranza del 22%). Le parti si propongono di integrare nell'impresa comune le rispettive attività di distribuzione ai distributori locali dei prodotti editoriali e dei prodotti non editoriali. L'impresa comune manterrà la denominazione "RCS Diffusione".
7. In Italia gli editori di grandi dimensioni di norma curano essi stessi la distribuzione dei loro quotidiani e periodici ai distributori locali. Questi ultimi a loro volta si occupano della distribuzione alle edicole e, in misura nettamente minore, ad altri punti vendita autorizzati (quali negozi di giornali, librerie e supermercati). Al contrario gli editori minori si avvalgono invece di distributori nazionali che fungono da intermediari tra gli editori stessi e i distributori locali.
8. L'impresa comune opererà come distributore nazionale per la distribuzione ai distributori locali di quotidiani e periodici (prodotti editoriali), nonché di una serie di prodotti non editoriali (ad esempio ricariche di cellulari, batterie e prodotti per l'igiene personale, quali rasoi, spazzolini etc).

IV. LA CONCENTRAZIONE

Controllo congiunto

9. A seguito della proposta operazione di concentrazione, De Agostini e HdP deterranno ciascuna il 45% dell'impresa comune RCS Diffusione. La restante partecipazione del 10% sarà detenuta da Rusconi. I posti dirigenziali verranno attribuiti sulla base del criterio di proporzionalità (ossia in funzione della partecipazione detenuta da ogni impresa madre). Il consiglio di amministrazione delibererà validamente con il voto di 5 dei 7 consiglieri, mentre l'assemblea delibererà con il voto favorevole di tanti soci quanti rappresentino almeno il 65% del capitale sociale. Il controllo dell'impresa comune sarà dunque esercitato congiuntamente da De Agostini e HdP, mentre Rusconi deterrà una partecipazione non di controllo e godrà solo dei diritti normalmente conferiti agli azionisti di minoranza.

Impresa comune a pieno titolo

10. Le parti hanno dichiarato che l'impresa comune disporrà di amministrazione, bilancio e personale propri e godrà di autonomia nella definizione della propria strategia aziendale. È previsto che l'impresa comune abbia una durata illimitata.
11. Inoltre, sulla base delle informazioni trasmesse dalle parti in merito al piano d'impresa proposto, si prevede che l'impresa comune svolga attività che non si limitino alla semplice distribuzione dei prodotti editoriali (quotidiani, periodici) delle imprese madri². È previsto che l'impresa comune instauri rapporti commerciali anche con altri editori con l'obiettivo di distribuirne i prodotti presso le edicole. Inoltre, l'impresa comune genererà una parte non trascurabile (stimata a [...]) del suo fatturato tramite la vendita alle edicole di prodotti non editoriali, quali ad esempio le ricariche di cellulari. È previsto inoltre che l'impresa comune venga quotata alla Borsa valori italiana.
12. Si può pertanto concludere che l'impresa comune eserciterà stabilmente tutte le funzioni di una entità economica autonoma (impresa comune a pieno titolo).

V. DIMENSIONE COMUNITARIA

13. Nel 2001 le imprese interessate non hanno generato un fatturato aggregato congiunto a livello mondiale superiore ai 5 miliardi di EUR³ (DeA 1 178,312 milioni di EUR, HdP 3 401 milioni di EUR). Le parti realizzano tuttavia un fatturato aggregato congiunto a livello mondiale superiore ai 2,5 miliardi di EUR e un fatturato aggregato congiunto superiore ai 100 milioni di EUR in cinque Stati membri, e più precisamente in Francia (DeA [...], HdP [...]), Germania (DeA [...], HdP [...]), Italia (DeA [...], HdP [...]), Spagna (DeA [...], HdP [...]) e Inghilterra (DeA [...], HdP [...]). Le Parti hanno anche un fatturato individuale superiore a 25 milioni di EUR in ciascuno dei cinque Stati membri summenzionati. L'operazione notificata ha pertanto dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 3 del regolamento sulle concentrazioni.

VI. I MERCATI RILEVANTI

I mercati del prodotto

14. Le parti notificanti affermano che il mercato rilevante dovrebbe essere definito in maniera da ricomprendere la distribuzione sia di prodotti editoriali che di prodotti non editoriali ai distributori locali per la successiva distribuzione alle edicole ("mercato del canale edicola").

² Ai sensi del punto 13 della comunicazione della Commissione relativa alla nozione di imprese comuni che esercitano tutte le funzioni di una entità economica autonoma a norma del regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese (GU C 66 del 2.3.1998, pag. 1), le imprese comuni la cui attività è essenzialmente limitata alla distribuzione o alla vendita dei prodotti delle imprese madri ("agenzia di vendita") non sarebbero imprese a pieno titolo.

³ Fatturato calcolato conformemente all'articolo 5, paragrafo 1 del regolamento sulle concentrazioni e alla comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato (GU C 66 del 2.3.1998, pag. 25).

15. A sostegno di questa definizione del mercato, le parti adducono talune recenti modifiche legislative che hanno introdotto disposizioni che consentono alle edicole di estendere la gamma dei prodotti venduti. Ciò darebbe una conferma sul piano legislativo dell'esistenza (da alcuni anni) di un "canale edicola", secondo la definizione delle parti. Le parti fanno riferimento in particolare alla *Circolare 21 marzo 2000 n. 3482/C del Ministero dell'Industria*, la quale a sua volta si rifà alla *Legge 13 aprile 1999, n. 108 (Nuove norme in materia di punti vendita per la stampa quotidiana e periodica)*. L'articolo 3, lettera b) della *Circolare* prevede "*la possibilità per i titolari di rivendite esclusive di giornali e periodici di vendere i prodotti appartenenti al settore merceologico non alimentare, fatto salvo il rispetto dei requisiti igienico-sanitari*". Tutti i prodotti non editoriali che secondo il piano d'impresa verrebbero distribuiti dall'impresa comune ricadrebbero pertanto nell'ambito di applicazione di tale disposizione.
16. Va inoltre notato che la definizione di mercati rilevanti del prodotto può variare in funzione del livello della catena distributiva. Mentre non si ha certamente alcuna sostituibilità tra prodotti editoriali e prodotti non editoriali a livello del consumatore finale, non si può escludere che la distribuzione di tali prodotti ai distributori locali e alle edicole possa rientrare nello stesso mercato distributivo posto a monte.
17. Si potrebbero invece prendere in considerazione mercati dei prodotti distinti, comprendenti da una parte la distribuzione di prodotti editoriali ("mercato editoriale") ai distributori locali e, successivamente, alle edicole, e dall'altra la distribuzione di prodotti non editoriali agli stessi clienti ("mercato non editoriale").
18. L'indagine ha largamente appoggiato la definizione di mercato come "canale edicola" proposta dalle parti. In ogni caso, dato che l'operazione di concentrazione notificata, qualunque sia la definizione dei mercati, non solleva riserve sotto il profilo della concorrenza (cfr. infra, sezione VII) si può soprassedere alla determinazione dell'esatta estensione dei mercati rilevanti del prodotto.

I mercati geografici

19. Qualunque sia l'esatta definizione dei mercati rilevanti del prodotto, essi devono essere considerati di dimensione nazionale. Per questioni di lingua, nonché di specificità culturali, la distribuzione transfrontaliera alle edicole non è tale da giustificare una definizione più ampia del mercato geografico.

VII. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA

La distribuzione dei prodotti editoriali

20. Sebbene l'impresa comune sia destinata a diventare il più grande distributore a livello nazionale di prodotti editoriali (quotidiani e periodici), le quote di mercato congiunte delle due società di distribuzione già operanti (Deadis e RCS Diffusione), appartenenti alle imprese madri, non supererebbero, secondo le stime delle parti, il [20-25%]⁴. I

⁴ Parti terze hanno indicato, nelle loro risposte all'indagine, quote di mercato diverse. La quota di mercato detenuta dalla nuova entità non supererebbe comunque il 31% secondo le stime superiori.

principali concorrenti sono Mondadori (12,9%), Gruppo Editoriale l'Espresso (11,4%), Sodip (9,2%), e A&G Marco (7,6%)⁵. I contratti con i distributori locali sono rinnovabili annualmente, il che conferisce ai distributori locali una flessibilità sufficiente per cambiare i fornitori / i distributori nazionali. Inoltre, stando alle informazioni fornite, molti dei distributori locali detengono una posizione di monopolio o di quasi-monopolio nel loro territorio locale.

La distribuzione dei prodotti non editoriali in aggiunta ai prodotti editoriali

21. La fornitura ai distributori locali e, successivamente, alle edicole di prodotti non editoriali, *in aggiunta ai prodotti editoriali*, può essere considerata un mercato emergente, viste le recenti modifiche alla normativa italiana in materia (cfr. supra, punto 15). Il valore del mercato è attualmente stimato a circa 450 milioni di EUR. In questa fase solo due dei concorrenti delle parti operano nella distribuzione sia di prodotti editoriali che di prodotti non editoriali, ossia A&G Marco (52,4%) e So.di.P. (45,8%), mentre la stessa De Agostini (Deadis) detiene una quota di mercato pari solo all'1,8%⁶.

Risultati dell'indagine

22. L'indagine, pur confermando che la nuova entità verrà a costituire di gran lunga il maggiore distributore nazionale e pur evidenziando che, alla luce della nuova struttura del mercato risultante dall'operazione, i rapporti di forza tra i vari attori della filiera distributiva potranno subire degli aggiustamenti, non ha comunque portato alla luce elementi tali da causare preoccupazioni e seri dubbi riguardanti possibili effetti anticompetitivi.
23. Infine, l'indagine non ha evidenziato alcuna delle situazioni di cui all'articolo 2, paragrafo 4 del regolamento sulle concentrazioni, che diano motivo di ritenere che l'impresa comune possa causare cosiddetti effetti di ricaduta e portare ad un coordinamento del comportamento concorrenziale delle imprese madri.

Valutazione generale

24. Alla luce di quanto precede, la Commissione è giunta alla conclusione che l'impresa comune risultante dall'operazione di concentrazione non è destinata a conseguire una posizione tale da consentirle un significativo margine di manovra in rapporto ai clienti, ai concorrenti e ai consumatori, anche nell'ipotesi che nei prossimi anni l'impresa comune aumenti la propria quota di mercato, come previsto nel piano d'impresa. Va sottolineato inoltre che il mercato italiano della distribuzione di prodotti editoriali è estremamente frammentato: la quota di mercato di un certo numero di operatori è infatti inferiore all'1%. È pertanto ragionevole ritenere che l'operazione di concentrazione notificata stimoli i concorrenti nel mercato italiano ad effettuare in un prossimo futuro operazioni simili.

⁵ I dati relativi alle quote di mercato si basano su stime fornite dalle parti notificanti.

⁶ I dati di mercato si basano su stime fornite dalle parti notificanti.

Sintesi

25. L'operazione di concentrazione notificata non creerà né rafforzerà una posizione dominante tale da ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nel mercato comune o in una parte sostanziale di esso (articolo 2, paragrafo 3 del regolamento sulle concentrazioni). Inoltre l'impresa comune non ha per oggetto o per effetto il coordinamento del comportamento concorrenziale di imprese che restano indipendenti (articolo 2, paragrafo 4 del regolamento sulle concentrazioni). L'operazione notificata non suscita pertanto seri dubbi per quanto riguarda la sua compatibilità con il mercato comune.

VIII. CONCLUSIONE

26. Per questi motivi, la Commissione ha deciso di non opporsi all'operazione di concentrazione notificata e di dichiararla compatibile con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE. La presente decisione viene adottata conformemente all'articolo 6, paragrafo 1, lettera b) del regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio.

Per la Commissione

Mario MONTI
Membro della Commissione