



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI
“MARCO FANNO”
CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA

PROVA FINALE

“Il controllo delle operazioni di concentrazione tra le imprese.
L’intervento regolativo della legge Antitrust.”

RELATORE:

Prof. ANTONIO NICOLÒ

LAUREANDA:

MALVINA META

Matricola N. 1090753

Anno Accademico 2017-2018

Alla mia famiglia.

Familjes time,
pa te cilet e gjithë kjo
nuk do te ishte e mundur.

INDICE

INTRODUZIONE.....	4
LA POLITICA DELLA CONCORRENZA	6
1. Il mercato e la concorrenza perfetta.....	6
2. La politica della concorrenza	8
2.1. Obiettivi della politica antitrust.....	10
3. Le concentrazioni tra imprese	13
3.1 Definizione e dimensioni della fattispecie	15
3.2 Tipologie di concentrazioni	16
4. Il controllo preventivo delle concentrazioni	17
4.1 Dimensione: UE.....	17
4.2 Dimensione: ITALIA	19
1. Descrizione del caso Mondadori/ RCS Libri	21
2. L'avvio dell'istruttoria	23
2.1 I mercati d'acquisizione dei diritti d'autore	24
2.2 I mercati dell'editoria.....	25
2.3 I mercati della fornitura di servizi di promozione e distribuzione	28
2.4 Il mercato della vendita di libri ai clienti finali.....	29
4. Rimedi e misure prescritte	31
4.1. Le proposte di Mondadori: analisi degli effetti.....	31
5. Decisione finale dell'AGCM	33
CONCLUSIONI	34
BIBLIOGRAFIA	38

INTRODUZIONE

Il funzionamento di ogni organizzazione complessa richiede l'esistenza di una serie di regole istituzionali che limitino i possibili comportamenti delle unità che la costituiscono. La stessa considerazione vale anche per i sistemi economici decentralizzati nei quali l'equilibrio e l'esistenza di mercati competitivi non sempre sono il naturale risultato di un processo di "mano invisibile". Nonostante i benefici a cui dà luogo, per le imprese la concorrenza rappresenta a volte una pressione che si risolve in minori profitti, porta a momenti difficili e in alcuni casi persino al fallimento. Le imprese cercano dei modi per sopravvivere. Una strategia è quella di tentare di acquisire o rafforzare tale potere attuando, da sole o congiuntamente con altre imprese, comportamenti anticoncorrenziali, o cercando di modificare la struttura del mercato in modo da renderla meno concorrenziale. È nato così il bisogno dell'intervento di una politica affinché gli agenti, interagendo tra loro, realizzino un'efficiente allocazione delle risorse.

La prima parte del presente lavoro introduce la politica della concorrenza con un breve excursus storico partendo dalla più famosa legge antitrust nel mondo, lo Sherman Act, per passare poi, anche se un po' in ritardo, alla sua introduzione in Europa. Questo per capire le condizioni e gli obiettivi principali che hanno spinto la nascita di tale politica. La parte di interesse è la parte di tutela della concorrenza. Uno degli strumenti principali della politica di tutela della concorrenza è il controllo delle concentrazioni tra imprese. Un'operazione di concentrazione si verifica quando due o più imprese, che in precedenza erano separate, vengono controllate o possedute da una stessa impresa. Le concentrazioni rappresentano un processo fisiologico di sviluppo delle imprese ed avvengono spesso a "ondate", in relazione a sviluppi organizzativi, tecnologici o delle condizioni di mercato. Le operazioni di concentrazione possono altresì rivelarsi strumenti efficaci per consolidare il potere di mercato e per questo motivo è stato introdotto in quasi tutti gli ordinamenti un meccanismo di controllo preventivo. Le operazioni al di sopra di una certa dimensione, prima di essere attuate devono essere comunicate alle autorità di concorrenza affinché queste possano valutarne l'impatto concorrenziale.

La valutazione di un'operazione di concentrazione preventivamente comunicata avviene in due fasi, di cui la prima consiste nel verificare se l'operazione aiuta alla costituzione o al rafforzamento di una posizione dominante nel mercato del soggetto parte dell'operazione. A questo fine si utilizzano degli indicatori, detti indici di concentrazione. Nella seconda fase si considerano le

possibili restrizioni della concorrenza che possono scaturire nello scenario post-merger. Dopo aver analizzato bene tutti gli effetti le autorità controllanti decidono, infine, se autorizzare o no la realizzazione dell'operazione.

Il secondo capitolo, tratta un caso pratico di operazione di concentrazione discusso dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), l'agenzia antitrust italiana, riguardante il mercato dell'editoria. Questo caso consente di capire il processo di valutazione di una concentrazione e di ricostruire alcune linee di fondo che caratterizzano l'intervento dell'antitrust. L'Autorità ha esaminato la concentrazione tra Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e RCS Libri S.p.A. in base alla normativa italiana sulle concentrazioni – Legge n. 287/90 tenendo in considerazione le variabili del mercato dell'editoria in Italia tra cui le barriere all'entrata, le economie di scala, le quote di mercato degli operatori di mercato e le loro conseguenze in termini di concorrenzialità del mercato.

Ricapitolando, il presente lavoro si propone di elaborare uno studio sui diversi aspetti e le diverse forme del fenomeno della “concentrazione tra imprese” all'interno dell'attuale contesto ambientale accompagnate dall'intervento delle leggi antitrust per garantire la concorrenza nei mercati.

*"La concorrenza è una gara in cui
è vietato vincere. "*

Giorgio Oppo

I.

LA POLITICA DELLA CONCORRENZA

1. Il mercato e la concorrenza perfetta

La teoria economica considera “il mercato” e “la concorrenza” come concetti strettamente collegati tra loro. Per capire i valori e le implicazioni connessi a questo ‘duo’ di termini si considerano separatamente iniziando, logicamente, dal mercato. In termini più generali, “*mercato*” è qualsiasi ambito entro il quale si realizza l’incontro tra domanda e offerta di beni e servizi e lo scambio di essi grazie al meccanismo del prezzo. L’economia di mercato è il termine utilizzato per indicare un sistema economico in cui le decisioni su che cosa e su come produrre, distribuire, consumare e investire sono rimesse agli agenti che procedono agli scambi nei diversi mercati secondo la legge della domanda e dell’offerta e non a scelte pianificatrici dello Stato.

Il termine “*concorrenza*” invece, può assumere due significati diversi basandosi alla definizione di mercato appena enunciata. La prima è riferita alla condotta delle imprese: “la concorrenza rappresenta la rivalità tra le imprese che attuano comportamenti indipendenti per migliorare le proprie posizioni sul mercato e per garantirsi risultati economici superiori.”¹ La seconda definizione invece si riferisce alla concorrenza come una forma ideale di funzionamento del mercato. “La concorrenza perfetta” rappresenta una situazione di mercato in cui tutte le imprese realizzano un output omogeneo perfettamente divisibile; i produttori e i consumatori dispongono di informazioni complete (non ci sono asimmetrie informative), non incorrono in costi per transazioni e non influiscono individualmente sui prezzi (price taker). (D.W. Carlton, Organizzazione industriale, 2005) La teoria della concorrenza perfetta illustra una forma di

¹Definizione adottata da F. Gobbo (2001) nel volume ‘Il mercato e la tutela della concorrenza’ - il Mulino

mercato estrema ove le imprese sono completamente sottoposte alle forze di mercato e non hanno alcun potere di influenzare il prezzo del prodotto in quanto sono di piccole dimensioni.

Si sostiene generalmente che la concorrenza perfetta sia un 'bene' e che dovrebbe esserci maggiore concorrenza all'interno delle industrie e dei mercati. In condizioni di concorrenza perfetta il prezzo è uguale al costo marginale. Se il prezzo fosse maggiore del costo marginale, il mercato darebbe alla produzione delle unità aggiuntive del bene un valore superiore di quanto non costi produrle. L'offerta sarebbe superiore alla domanda del bene. Viceversa, se il prezzo fosse minore del costo marginale, il mercato attribuirebbe un valore inferiore alle unità aggiuntive del bene di quanto non costi produrle. In questo caso la quantità prodotta sarà inferiore a quella domandata dai consumatori. Solo quando il prezzo è uguale al costo marginale il livello di produzione è quello giusto per l'economia e si raggiunge l'efficienza economica. E questo è possibile solo in condizioni di concorrenza perfetta.

L'equilibrio di concorrenza perfetta garantisce l'efficienza allocativa delle risorse, nel senso che garantisce il completo sfruttamento delle possibilità di guadagno derivanti dallo scambio. Nel mondo reale però, sono poche le industrie che soddisfano la maggior parte delle condizioni della concorrenza perfetta. Una delle ragioni è data dalle economie di scala. Spesso le imprese devono essere sufficientemente grandi per poter sfruttare a pieno le potenziali economie di scala. Quando una piccola impresa si espande e riesce a fruire di economie di scala è in grado di praticare prezzi inferiori a quelli delle imprese più piccole, costringendole ad uscire dal mercato. Per sopravvivere, le imprese iniziano ad accordarsi tra loro per effettuare scambi reciprocamente vantaggiosi ad un prezzo diverso da quello che scaturisce dall'equilibrio di mercato. In tale condizioni la concorrenza perfetta viene meno.

2. La politica della concorrenza

Il conseguimento delle condizioni di concorrenza sui mercati per poter raggiungere l'efficienza allocativa e il maggior grado di benessere complessivo del sistema rappresenta un obiettivo principale della politica economica in tanti paesi. Dall'altra parte le imprese spendono molte energie per produrre in modo più efficiente o per sviluppare prodotti nuovi allo scopo di conquistare una maggiore quota di mercato. Talvolta, esse possono anche colludere con altre imprese concorrenti alzando i prezzi per aumentare il loro *potere di mercato*². Questi comportamenti potrebbero ridurre il benessere dei consumatori e generare inefficienze allocative. La modernizzazione della società accompagnata da questi comportamenti anticoncorrenziali ha 'costretto' i vari paesi a introdurre una politica volta a proteggere la competitività tra le imprese. La politica della concorrenza (antitrust) consiste nel far rispettare delle regole per assicurare che le imprese si comportino lealmente. Così facendo incoraggia lo spirito imprenditoriale e l'efficienza, aumenta le possibilità di scelta dei consumatori, contribuisce ad abbassare i prezzi e a migliorare la qualità.

Le origini della moderna politica della concorrenza possono farsi risalire alla fine del XIX secolo negli *USA*. In quel periodo, l'industria manifatturiera conobbe profondi mutamenti: il miglioramento della rete infrastrutturale, dei servizi di trasporto e della comunicazione supportata anche dall'approvazione di alcune leggi per promuovere la liberalizzazione delle incorporazioni contribuirono alla nascita di imprese più grandi. L'incremento di output e l'eccesso della capacità produttiva intensificarono il gioco competitivo, facendo abbassare i prezzi. La guerra dei prezzi spinse le imprese ad accordarsi tra loro per mantenere prezzi più alti e ottenere margini di profitto elevati. Questi accordi portarono alla costituzione di cartelli e dei *trusts*³ i cui partecipanti derivarono vantaggi dai prezzi elevati e stabili che riuscivano a praticare. Descritto con le parole di Motta [2005, 11], "Le piccole imprese si trovarono schiacciate tra bassi prezzi di vendita nei mercati aperti alla concorrenza e alti prezzi di acquisto degli input (energia e trasporto ferroviario)

² Potere di mercato inteso come la capacità di un'impresa di fissare il prezzo di vendita del bene al di sopra del costo marginale.

³ Il 'trust' era uno strumento attraverso il quale molte aziende dello stesso settore potevano collaborare per il loro vantaggio reciproco, eliminando qualsiasi forma di concorrenza, regolando e mantenendo i prezzi, ma allo stesso tempo preservando la propria autonomia individuale, senza ricorrere a nessuna forma di concentrazione. – West's Law & Commerce Dictionary [1988]

acquistati dai trusts. I contadini e i piccoli imprenditori incominciarono a lamentarsi delle pratiche commerciali sleali, messe in atto dai rivali per escluderle dal mercato.” La loro voce riuscì ad essere sufficiente per l’introduzione delle prime leggi antitrust in molti stati e ben presto, nel 1890, si raggiunse in Parlamento il consenso di emanare il più conosciuto⁴ esempio di legge antitrust nel mondo: Lo Sherman Act.

Le sezioni 1 e 2 dello Sherman Act sono quelle più rilevanti per la tutela della concorrenza:

- **la sezione 1** proibisce i contratti, le associazioni e le intese che restringono il commercio;

- **la sezione 2** proibisce la monopolizzazione, ogni tentativo di monopolizzazione e le intese volte a monopolizzare qualsiasi parte degli scambi commerciali tra i vari stati o con le nazioni straniere.

In *Europa*, dal momento che la maggior parte dei paesi europei non ha avuto una propria legislazione antitrust, ci si focalizza principalmente sulla normativa dell’UE. Il punto di partenza è rappresentato dal Trattato di Parigi (1951) che creò la Comunità Europea del Carbone e dell’Acciaio (CECA). Le misure adottate da Francia, Germania, Italia e Benelux proibivano le pratiche discriminatorie e restrittive capaci di falsare il gioco competitivo tra i sei paesi. Nel Trattato di Parigi, l’art. 65 (che ispirò l’art 85 del Trattato di Roma e l’art. 81 del Trattato di Amsterdam oggi vigente) proibisce le pratiche tra imprese che aspirino direttamente o indirettamente ad impedire o restringere la libertà di concorrenza nel Mercato Comune. L’articolo 66 invece si occupa di *abuso di posizione dominante*⁵ e tratta le fusioni e le concentrazioni tra imprese delle industrie di carbone e acciaio. Esso corrisponde all’articolo 86 del Trattato di Roma (art. 82 del Trattato di Amsterdam oggi vigente).

Oggi, la normativa europea della concorrenza è contenuta negli articoli 81 e 82 del Trattato sull’Unione Europea e nel Regolamento sulla disciplina delle concentrazioni n.139/04, conosciuto come la Merger Regulation. Gli artt. 81 e 82 sono parte integrante del sistema legislativo di ogni stato membro e sono direttamente applicabili alle corti nazionali. A livello europeo questi articoli sono attuati dalla Commissione Europea (CE) invece a livello degli stati membri dalle autorità nazionali garanti della concorrenza (in Italia dall’AGCM).

⁴ Lo Sherman Act non è stato il primo esempio di normativa antitrust nel mondo. Il Canada adottò nel 1889 una simile legge ma la sua applicazione fu molto meno rigida.

⁵ Un comportamento che, attraverso il ricorso a pratiche diverse da quelle che determinano il normale operare della concorrenza, ha l’effetti di impedire il mantenimento del grado di concorrenza esistente nel mercato e nella sua crescita. [definizione adottata nel caso *Hoffman-La Roche*]

2.1. Obiettivi della politica antitrust

La politica della concorrenza consiste in un insieme di misure e interventi attuati dagli organi pubblici al fine di creare e mantenere le condizioni concorrenziali sui mercati. Si cerca di garantire che la concorrenza sul mercato non subisca limitazioni tali da arrecare danno alla società. Questa politica può essere divisa in *due parti con funzioni diverse*:

una parte volta alla **promozione della concorrenza**, tradotta nell'emanazione di norme volte a introdurla o accrescerla sui mercati; e l'altra per la **tutela della concorrenza** tramite l'operato degli organismi incaricati a vigilare il mantenimento delle condizioni concorrenziali. La tutela consiste nel giudizio di conformità di fatti e atti dei soggetti economici al dettato normativo e può peraltro esercitare un effetto indiretto di promozione e di miglioramento della concorrenza attraverso l'interpretazione delle norme (prodotte dalla politica della promozione) e l'utilizzo della facoltà di sanzione nei confronti delle imprese che commettono infrazioni di legge.

Il breve excursus storico percorso in precedenza sulla nascita delle normative antitrust dimostra che la politica della concorrenza dipende molto anche dal contesto politico e dal momento storico in cui si attua. Tuttavia, è possibile individuare alcuni obiettivi che sono stati nel tempo e continuano ad essere al centro di questa politica in tanti paesi.

Un primo obiettivo che ha da sempre 'ispirato' la politica della concorrenza è quello di proteggere la concorrenza per *massimizzare il benessere sociale economico*. Più il mercato è concorrenziale più sarà alto il livello di benessere sociale. Il concetto di 'benessere sociale economico' è utile per esprimere e misurare i benefici che gli agenti economici ottengono dagli scambi reciproci ed è dato dalla somma del surplus dei consumatori⁶ e del surplus dei produttori⁷. Questa somma rappresenta il surplus totale in un mercato. Nel considerare la massimizzazione del benessere totale sociale come obiettivo da raggiungere con la politica antitrust si "tralascia" il problema della distribuzione dei benefici tra i singoli consumatori e i singoli produttori.

Nella maggior parte dei casi, le pratiche anticoncorrenziali riducono il benessere sociale totale con la conseguente diminuzione del benessere dei consumatori. Questa considerazione ha influito molto nella politica antitrust di alcuni paesi. Sembra che alcuni di loro focalizzino la loro politica

⁶ Il surplus di un singolo consumatore è dato dalla differenza tra la sua valutazione/disponibilità a pagare un bene ed il prezzo che effettivamente paga per quel bene.

⁷ Il surplus di un singolo produttore è dato dal profitto che egli consegue dalla vendita del bene al lordo dei costi fissi.

più sul criterio del benessere dei consumatori piuttosto che su quello totale assumendo che la massimizzazione del surplus dei consumatori di conseguenza aumenterà il surplus sociale totale. In merito al criterio da scegliere, alcuni economisti si esprimono che una politica antitrust focalizzata solo al benessere dei consumatori non sia tanto prudente in quanto nelle moderne economie i consumatori non sono più dei semplici consumatori finali ma anche proprietari di imprese, direttamente o indirettamente attraverso i fondi pensione e di investimento. Infine, nelle analisi che questi economisti fanno a varie situazioni si preferisce il criterio del benessere totale, esplicitando a parte anche gli effetti sul benessere dei consumatori, questo perché le raccomandazioni di politica della concorrenza non cambierebbero, se ci ispirasse a quest'ultimo obiettivo piuttosto che al primo.

Un'altra possibile motivazione della politica della concorrenza è quella di *difendere le piccole imprese* dall'abuso di quelle più grandi per garantire il livello di concorrenza sul mercato. L'esempio perfetto è rappresentato proprio dalle prime leggi in materia antitrust negli USA volti a proteggere i contadini e le piccole imprese dalle azioni dei trusts.

Ci sono casi in cui un'autorità garante della concorrenza, per utilizzare in modo efficiente le proprie energie nel controllare le varie pratiche delle imprese e i loro comportamenti, riconosce delle esenzioni da vincoli o obblighi di notifica alle piccole imprese (esempio per le fusioni e le intese) solo per avere un'allocazione efficiente delle risorse limitate e assolutamente non per favorire le loro attività.

In tanti paesi, (es. la Germania) garantire la libertà economica è la ragione ispiratrice della politica antitrust. La libertà di produrre, scambiare e consumare ogni prodotto o servizio richiesto, senza l'uso della forza e della coercizione, e senza l'intervento dello Stato è la base necessaria per un sistema liberale, e vede nelle sue fondamenta diritti fondamentali come quelli alla proprietà privata e alla iniziativa privata. Ci sono però possibili contraddizioni tra un tale obiettivo e quello dell'efficienza allocativa soprattutto nei casi in cui si presentano accordi verticali e clausole imposte nei contratti da un produttore ai rivenditori del suo bene che limitano la libertà economica dei rivenditori.

L'Unione Europea ha come uno degli obiettivi principali la *promozione dell'integrazione del mercato* che significa non praticare nessuna forma di discriminazione di prezzo tra i diversi paesi europei. È un obiettivo politico non necessariamente compatibile con quello del benessere sociale considerando il fatto che se i paesi hanno condizioni economiche diverse le imprese possono

praticare strategie di discriminazione dei prezzi (prezzi più alti per alcuni paesi e prezzi più bassi per altri paesi) diventando così più efficienti. Quindi la non discriminazione dei prezzi come obiettivo della politica della concorrenza potrebbe danneggiare economicamente l'integrazione del mercato comune? Il dibattito su questo argomento rimane ancora aperto.

Oltre agli obiettivi elencati sopra, considerati come quelli economicamente più importanti, la politica della concorrenza interviene anche per altre ragioni nell'economia. Può succedere che in periodi di forte crisi economica le autorità antitrust possano "chiudere un occhio" davanti ad alcuni accordi di prezzo tra imprese per salvarle dal fallimento e per non aumentare il tasso di disoccupazione. Questa *ragione sociale* non va tuttavia perseguita nel lungo periodo altrimenti si rischia di aumentare le inefficienze allocative. Un'altra motivazione invece, considerata *strategica*, si ha in tutti quei casi in cui le autorità antitrust sono meno severe perché il governo vuole sostenere e rafforzare le imprese nazionali per proteggerle da quelle straniere più efficienti (es. leggi antidumping con obiettivi protezionistici).

Questi rappresentano i motivi principali per i quali si attua la politica della concorrenza sul mercato. Rimane però qualche dubbio in merito ai momenti o alle situazioni nelle quali è necessario l'intervento. L'intervento antitrust è sempre necessario per garantire la concorrenza?

Si potrebbe pensare che l'entrata di nuovi concorrenti nel mercato potrebbe ridurre il potere delle imprese già esistenti inducendole a fissare prezzi concorrenziali più bassi e così garantire l'efficienza sul mercato senza l'intervento di alcuna autorità.

Nella realtà, le imprese spesso cercano di colludere tra loro per guadagnare potere di mercato. In questi casi, l'intervento regolativo dell'antitrust è necessario per garantire la concorrenza nel mercato. Un esempio di intervento della politica antitrust sono le operazioni di concentrazione tra imprese che producono effetti anti competitivi nei mercati.

3. Le concentrazioni tra imprese

Per rinforzare la propria presenza nel mercato le imprese aggiungono alla propria capacità produttiva quella di un altro soggetto, tramite un'operazione di fusione o di acquisizione, facendo in modo che la distribuzione dell'offerta si concentri in capo a un numero ridotto di imprese. Uno degli strumenti più importanti della politica di tutela della concorrenza è dato dal controllo su queste operazioni di fusione e di acquisizione. Questi comportamenti vengono definiti come *concentrazioni* tra imprese. La concentrazione rappresenta un processo alla fine del quale un'impresa si rafforza sul mercato per crescita non interna ma esterna, attingendo ad economie di terzi. Queste operazioni determinano in conseguenza un aumento della concentrazione di mercato. Gobbo (2001) a tale proposito definisce "la concentrazione di mercato come il grado in cui un'attività economica è dominata da poche imprese...è dunque un'indicazione sintetica di come è distribuita l'offerta di prodotti o dei servizi tra le imprese che operano in un determinato mercato." Lo Sherman Act (1890) non prevedeva nulla in tema di fusioni. Esse risultavano pertanto legali e di conseguenza quei concorrenti che aspiravano a coordinare i propri prezzi avevano l'opzione di fondersi in un'unica impresa, senza contravvenire alle disposizioni dello Sherman Act. Nel 1914 negli USA, dopo aver visto anche un aumento delle fusioni come effetto indiretto dello Sherman Act, fu introdotto il *Clayton Act* con l'obiettivo di estendere la legislazione antitrust anche a quei casi di fusione volti a concentrare il potere di mercato nelle mani di poche imprese riducendo la concorrenza nei mercati. Il Clayton Act vieta esplicitamente azioni come la discriminazione del prezzo di vendita e l'amministrazione di società concorrenti da parte degli stessi soggetti. Nel 1976 con l'Hart-Scott-Rodino Act è stato conferito al DOJ e alla FTC il potere di analizzare le fusioni tra imprese le cui dimensioni si collocano al di sopra di una certa soglia.

Mentre la nascita della politica della concorrenza negli Stati Uniti è stata influenzata di più dal gioco degli interessi economici e sociali intrecciati nell'economia, l'antitrust europeo ha un carattere piuttosto politico legato al progetto della creazione di uno spazio economico comune e successivamente di istituzioni politiche sovranazionali. *L'articolo 66* del Trattato di Parigi, si occupava delle fusioni e concentrazioni tra le imprese delle industrie dell'acciaio e del carbone. Era il compito dell'Alta Autorità (l'istituzione allora in carica) di dare il consenso a tali operazioni a condizione che la nuova entità non arrivasse a detenere con la fusione il potere per controllare i prezzi. Bisogna aspettare il 1989, anno dell'adozione del Regolamento 4064/89 il quale ha istituito

un controllo comunitario per le concentrazioni al di sopra di una certa dimensione con effetti nelle economie di più paesi e si focalizzava sull'evitare delle posizioni dominanti sul mercato, integrando così la normativa rivolta alle imprese (artt.81 e 82). Le concentrazioni sono state disciplinate fino al 2004 dal Regolamento 4064/89, mentre a partire da maggio 2004 si applica il nuovo Regolamento 139/04 che sostituisce il precedente apportando alcune modifiche in ordine alla valutazione della compatibilità delle operazioni di concentrazione con il mercato comune. Ai sensi dell'art. 2 del Reg.139/04 “Le concentrazioni che ostacolano in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune o in una parte sostanziale di esso, in particolare a causa della creazione o del rafforzamento di una posizione dominante, sono dichiarate incompatibili con il mercato comune.”

In Italia, l'ottobre del 1990, il Parlamento italiano approva la legge n.287, Norme per la tutela della concorrenza e del mercato, introducendo così anche se un po' in ritardo, una legislazione antitrust. La disciplina delle concentrazioni, trattata nell'art. 6 della legge, segue l'impostazione europea del Regolamento 4064/89 imperniata sulla ‘costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato nazionale in modo da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza’: *“Nei riguardi delle operazioni di concentrazione soggette a comunicazione ai sensi dell'articolo 16, l'Autorità valuta se comportino la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato nazionale in modo da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza”* (art.6, l. 287/90)

3.1 Definizione e dimensioni della fattispecie

Il Regolamento 139/04 ha introdotto un criterio basato sulla modificazione sostanziale della concorrenza indotta dalla concentrazione. Alberto Pera nel suo volume ‘Concorrenza e Antitrust’ (2009) afferma che tale criterio guarda agli effetti sulla concorrenza del cambiamento nella struttura del mercato indotto dalla concentrazione, avvicinandosi così a quello utilizzato nella normativa statunitense. L’esatta definizione di concentrazione la troviamo nell’articolo 3 del Reg.139/04 par.1 e 4:

1. *Si ha una concentrazione quando si produce una modifica duratura del controllo a seguito:*
 - a. della fusione di due o più imprese precedentemente indipendenti; oppure
 - b. dell’acquisizione, da parte di una o più persone che già detengono il controllo di almeno un’altra impresa, o da parte di una o più imprese, sia tramite acquisto di partecipazioni di capitale o di elementi del patrimonio, sia tramite contratto o qualsiasi altro mezzo, del controllo diretto o indiretto dell’insieme o di parti di una o più altre imprese’
 4. *La costituzione di un’impresa comune che esercita stabilmente tutte le funzioni di una entità economica autonoma, è considerata come una concentrazione ai sensi del paragrafo 1, lettera b.*
- Nella legislazione italiana tale definizione è stata armonizzata dall’articolo 5 della legge n.287/90.

Non rientrano nella definizione di concentrazione...

L’articolo 5, co. 2 e 3 della legge n.287/90 sulla concorrenza specifica:

"un’operazione di concentrazione *non si verifica* nel caso in cui una banca o un istituto finanziario acquisti, all’atto della costituzione di un’impresa o dell’aumento del suo capitale, partecipazioni in tale impresa al fine di rivendere sul mercato, a condizione che durante il periodo di possesso di dette partecipazioni, comunque non superiore a ventiquattro mesi, non eserciti i diritti di voto inerenti alle partecipazioni stesse.

Inoltre, le operazioni aventi quale oggetto o effetto principale il coordinamento di imprese indipendenti non danno luogo ad una concentrazione."

3.2 Tipologie di concentrazioni

In relazione al mercato del prodotto interessato all'operazione si può distinguere tra concentrazioni orizzontali, verticali e conglomerali.

Concentrazioni orizzontali. Le concentrazioni orizzontali hanno luogo quando entrambe le imprese operano nello stesso mercato del prodotto. Questa tipologia di operazioni sono quelle che preoccupano di più da un punto di vista della concorrenza, e sono quelle più frequentemente vietate. Quando un'impresa acquisisce il controllo di un'altra impresa appartenente al medesimo mercato rilevante, sia dal punto di vista del prodotto che geografico, se il mercato è concentrato, l'operazione avrà sicuramente un effetto sul grado complessivo di concentrazione. Un particolare tipo di concentrazione orizzontale è quello che riguarda l'acquisizione di un concorrente "potenziale". Questo avviene quando l'operazione riguarda un'impresa presente sul mercato e un'altra che non vi opera, ma rappresenta un plausibile candidato per l'entrata. (Pera, 2009) Sostanzialmente, l'operazione non cambia la struttura di mercato e neanche il grado di concentrazione ma riduce comunque la concorrenza. Sono tante le operazioni vietate negli anni dalle autorità per questo effetto.

Concentrazioni/integrazioni verticali. Quando un'impresa acquisisce un'altra impresa che non appartiene allo stesso mercato ma alla medesima filiera produttiva si tratta di concentrazioni verticali. Integrarsi verticalmente presenta vantaggi per l'impresa come la riduzione dei costi di transazione, l'assicurarsi la fornitura costante di un fattore di produzione fondamentale, aumentare o creare potere di mercato ecc. Le concentrazioni verticali possono essere oggetto di indagine antitrust soprattutto se l'impresa acquirente è un monopolista che può creare o aumentare i profitti discriminando il prezzo per eliminare la concorrenza e prevenire l'entrata.

Concentrazioni conglomerali. L'impresa conglomerale controlla attività in settori che non hanno alcuna connessione tra loro. Dal punto di vista della concorrenza, si ritiene che l'acquisizione di imprese presenti in settori del tutto diversi da quelli in cui l'impresa acquirente opera, rappresentando l'effetto di strategie di differenziazione, non abbia effetti rilevanti sulla concorrenza. Tuttavia, la presenza in due mercati diversi può indurre l'impresa a fare offerte non eguagliabili dai suoi concorrenti e in qualche modo indurre i clienti a comprare tutti i prodotti da lei, invece che usare differenti fornitori. Questa strategia può dar luogo a concentrazione del potere dell'impresa.

4. Il controllo preventivo delle concentrazioni

Le concentrazioni sono un fenomeno fisiologico nello sviluppo dell'attività di impresa. La vendita e l'acquisto di attività sul mercato rappresentano modalità con cui le imprese nascono, si espandono il proprio campo di azione, lo ridimensionano oppure cercano di porvi termine. Tuttavia, queste operazioni possono altresì rivelarsi strumenti efficaci per consolidare il potere sul mercato. Per questo motivo, in quasi tutti gli ordinamenti, è stato introdotto un meccanismo di controllo preventivo delle operazioni di concentrazione al di sopra di una certa dimensione che, prima di essere attuate, sono comunicate alle autorità di concorrenza affinché queste possano valutarne l'impatto concorrenziale. In via generale, un'operazione di concentrazione si intende realizzata quando è stata acquisita la capacità di influire sostanzialmente sul comportamento economico dell'impresa oggetto della transazione. La notifica preventiva si fa in genere quando si superano alcuni livelli-soglia legati al fatturato dell'impresa acquirente, di quella acquisita o di entrambe. (Pera, 2009)

4.1 Dimensione: UE

A livello europeo il sistema di controllo delle concentrazioni è stato riformato a partire dal maggio del 2004 con l'entrata in vigore del nuovo Regolamento Concentrazioni 139/04 e di un nuovo Regolamento di esecuzione n.802/04 (CE), nonché di una serie di atti di natura interpretativa.

Il regolamento 139/04 prevede che le concentrazioni che superino certe soglie si considerino di dimensione comunitaria e sono controllate dalla Commissione Europea e non dalle autorità antitrust nazionali. Queste soglie di fatturato, indicate negli artt. 1 e 3, rappresentano il riparto di competenza tra Commissione ed autorità nazionali. La Commissione dispone in linea di principio di una competenza esclusiva a trattare queste concentrazioni. (Principio dello "sportello unico")

Quando la quota di mercato delle imprese interessate non supera il 25% né del mercato né di una sua parte sostanziale, l'operazione di concentrazione può considerarsi compatibile con il mercato comune. Una concentrazione presenta 'dimensione comunitaria' secondo 3 condizioni cumulative:

- il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 5 miliardi di euro e

- il fatturato totale realizzato individualmente nella Comunità da almeno due delle imprese interessate è superiore a 250 milioni di euro, *salvo che* ciascuna delle imprese interessate realizzi oltre i due terzi del suo fatturato totale all'interno di un solo e medesimo Stato membro.

È obbligatoria una *notifica preventiva* alla Commissione dell'operazione di concentrazione di dimensione comunitaria prima della loro realizzazione. Nella sua valutazione la Commissione europea tiene conto della necessità di preservare e sviluppare una concorrenza effettiva nel mercato comune; della posizione sul mercato delle imprese concorrenti e del loro potere economico e finanziario. Gli Stati membri non applicano la loro normativa nazionale sulla concorrenza alle concentrazioni di dimensione comunitaria. Il regolamento prevede che la Commissione debba prendere una decisione in merito all'operazione entro 25 giorni lavorativi successivi a quello della notifica. Esistono poi possibilità di proroga del termine previste dall'art.10 del Reg.139/04 in base alle necessità della Commissione durante il processo della valutazione.

L'esito del processo di valutazione:

- se la concentrazione non rientra nell'ambito d'applicazione del Regolamento Concentrazioni non si procede con la valutazione.
- se la concentrazione non solleva seri dubbi si procede con l'approvazione da parte della Commissione.
- se la concentrazione solleva seri dubbi si apre un'altra della procedura. La seconda fase apre l'istruttoria ed entro 90 giorni la Commissione pubblica la sua decisione in merito all'operazione: Approvazione in caso di compatibilità; Approvazione con condizioni e obblighi; Divieto in caso di incompatibilità
- se la concentrazione, a seguito di modifiche apportate dalle parti, non solleva più seri dubbi si approva con condizioni ed oneri.

4.2 Dimensione: ITALIA

Se la concentrazione incide significativamente sulla concorrenza in un mercato interno ad uno Stato membro avente caratteristiche di un mercato distinto e tale mercato non costituisce una parte sostanziale del mercato comune, la Commissione rinvia il caso all'autorità antitrust nazionale. Lo Stato membro potrà adottare soltanto le misure strettamente necessarie per preservare o ripristinare una concorrenza effettiva sul mercato interessato.

In Italia le operazioni di concentrazioni devono essere comunicate all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), denominata ai fini della legge n.287/90 Autorità, con sede a Roma. L'Autorità, in quanto autorità nazionale competente per la tutela della concorrenza, intrattiene con gli organi delle Comunità europee i rapporti previsti dalla normativa comunitaria in materia. Essa ha diritto a corrispondere con tutte le pubbliche amministrazioni e con gli enti di diritto pubblico, e di chiedere ad essi, la collaborazione per l'adempimento delle sue funzioni.

La concentrazione deve essere comunicata prima della sua realizzazione, dopo che le parti abbiano raggiunto un accordo in ordine agli elementi essenziali dell'operazione, in modo da consentire all'Autorità una completa valutazione della stessa. Le tempistiche e le modalità sono diverse:

- nel caso di fusione fra imprese, l'operazione deve essere comunicata prima della redazione dell'atto di fusione;
- nel caso di acquisizione di un'impresa di cui all'art. 5 della legge n.287/90, qualora l'acquisizione si realizzi attraverso l'acquisto di azioni o quote di società, un'operazione si intende comunque comunicata preventivamente quando l'efficacia degli atti che determinano l'acquisizione del controllo sia sospensivamente condizionata all'esito della valutazione dell'Autorità;
- nel caso di costituzione di un'impresa comune mediante nuova società, l'operazione deve essere comunicata prima dell'iscrizione dell'atto costitutivo di quest'ultima nel registro delle imprese.

In base all'art. 16, comma 1 della legge 287/90 le operazioni di concentrazione (definite dall'articolo 5 della stessa legge) devono essere preventivamente comunicate all'Autorità qualora:

- il fatturato totale realizzato a livello nazionale⁸ dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 499 milioni di euro;

⁸ Per fatturato totale realizzato a livello nazionale s'intendono gli importi ricavati dalla vendita di prodotti e dalla prestazione di servizi, realizzati nell'ultimo esercizio sul mercato italiano, al netto dei resi e degli sconti, nonché delle imposte direttamente connesse con la vendita di prodotti e la prestazione di servizi.

- il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è superiore a 50 milioni di euro.

Tali valori sono incrementati ogni anno di un ammontare equivalente all'aumento dell'indice del deflatore dei prezzi del prodotto interno lordo. Per il cedente o i cedenti è computato il solo fatturato che riguarda le imprese o parti di impresa oggetto dell'operazione. Quando la concentrazione ha luogo con l'acquisto di parti di una o più imprese, due o più operazioni concluse fra le stesse persone o imprese in un periodo di due anni sono da considerarsi un'unica operazione di concentrazione effettuata il giorno dell'ultima transazione. L'Autorità ritiene che debba essere realizzato un più ampio confronto con il mercato in relazione alle operazioni di concentrazione che comportino il superamento di entrambe le soglie previste per l'obbligo di comunicazione preventiva dall'articolo 16, comma 1, della legge. In questa prospettiva l'Autorità provvederà alla pubblicazione sul proprio sito di un avviso relativo all'avvenuta comunicazione delle operazioni sopra indicate. L'avviso, volto a sollecitare eventuali osservazioni di terzi, i quali avranno la possibilità di presentare eventuali osservazioni all'Autorità entro 5 giorni lavorativi dalla data dell'avviso.

La comunicazione preventiva di un'operazione di concentrazione deve essere effettuata dall'impresa che acquisisce il controllo. Nei casi di acquisizione del controllo da parte di più imprese e di costituzione grava distintamente su tutte le imprese che acquisiscono il controllo; nei casi di fusione, l'obbligo di comunicazione grava distintamente su tutte le imprese che procedono all'operazione. La comunicazione può essere in forma estesa oppure abbreviata a seconda della tipologia dell'operazione. Le parti possono trovare il formulario da compilare per la notifica insieme alle istruzioni generali su www.agcm.it.

II.

LA VALUTAZIONE DI UN'OPERAZIONE DI CONCENTRAZIONE

Il caso Mondadori / RCS Libri

Il processo di valutazione di una concentrazione dal momento della notifica fino alla decisione finale dell'AGCM include un'analisi preventiva degli effetti che detta operazione porterà al mercato. Questo capitolo ha come oggetto l'analisi di un caso particolare di operazione di concentrazione valutata dall'Autorità nazionale. L'operazione riguarda la notifica di una concentrazione da Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., attiva nell'editoria di libri e periodici, e consisteva nell'acquisto del 99,99% di RCS Libri S.p.A. Per effetto della suddetta operazione Mondadori acquisirà il controllo esclusivo di RCS Libri e delle sue controllate.

1. Descrizione del caso Mondadori/ RCS Libri

L'operazione in esame costituisce una concentrazione (non di dimensione comunitaria) in quanto le imprese superano entrambe le soglie di fatturato previste dalla legge n.287/90. Le Parti dell'operazione di concentrazione⁹ includono:

Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., controllata da Finanziaria d'Investimento - Fininvest S.p.A. con una partecipazione totale del 50,4%. Mondadori controlla, detenendo il 100% del capitale sociale, le società Mondadori Libri S.p.a.; Mondadori Retail S.p.a.; Mondadori Electa S.p.a.; Mondadori Education S.p.a.; Sperling & Kupfer Editori S.p.a.; Giulio Einaudi Editore S.p.a.; Edizioni Piemme S.p.a. Mondadori Libri detiene, per quanto di interesse nell'operazione le seguenti partecipazioni: 25% in Venezia Accademia Soc. per il servizio museali; 25% nel Consorzio Scuola Digitale e 34.9% in Mach2 Libri S.p.a.

RCS Libri S.p.A., attiva nel settore dell'editoria di libri sia attraverso i marchi Bompiani e Rizzoli, che tramite le società controllate. Essa è controllata da RCS MediaGroup S.p.a. che detiene il

⁹ Il termine 'partecipanti alla concentrazione' indica sia le imprese acquirenti che quelle acquisite, o le parti che procedono ad una fusione, comprese tutte le imprese in cui viene acquisita una partecipazione di controllo e che sono oggetto di un'offerta pubblica d'acquisto.

99.99% del capitale sociale. RCS MediaGroup è quotata al MTA; nessun socio ne detiene il controllo né singolarmente né congiuntamente ad altri soci.

RCS Libri controlla le società: Librerie Rizzoli S.p.a., e Marsilio Editori S.p.a.; Edigita S.r.l., Finanziaria Feltrinelli S.p.a. e Messaggerie Italiane S.p.a. e detiene, per quanto di interesse nell'operazione in esame le seguenti partecipazioni: 29.1% in Mach2; 25% in Consorzio Scuola Digitale; 25% in Venezia Accademia tramite Marsilio.

Consorzio Scuola Digitale e Venezia Accademia, siccome partecipate da entrambe le parti principali si considerano parti dell'operazione. Mondadori acquisirà il controllo esclusivo di dette società detenendo il 50% del loro capitale sociale, quota che consentirà a lei sola di detenere un diritto di veto e dunque un controllo negativo.

Per effetto dell'operazione di concentrazione Mondadori subentrerà a RCS Libri nel controllo congiunto di Edigita nel capitale sociale della quale non era precedentemente. **Edigita S.r.l.** si considera quindi come una delle parti dell'operazione.

Nel corso del procedimento, le società **RCS MediaGroup** e **La Nave di Teseo S.r.l.** hanno presentato istanza di partecipazione al procedimento ai sensi dell'art.7 del D.P.R.n.217/98. Le suddette istanze sono state accolte.

Sono state comunicate all'Autorità anche due eventuali accordi restrittivi. Nel caso in questione, il contratto preliminare di vendita prevedeva un patto di non concorrenza in capo a RCS MediaGroup. Il contratto preliminare disponeva altresì di un divieto di storno di dipendenti in capo a RCS MediaGroup per un determinato periodo. L'Autorità valuta la natura di dette restrizioni accessorie facendo riferimento alla Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03). Essa ha valutato che sia la pattuizione di astensione dallo storno di dipendenti sia il patto di non concorrenza descritto in precedenza possano essere ritenuti direttamente connessi alla salvaguardia del valore del complesso aziendale oggetto dell'operazione di concentrazione.

2. L'avvio dell'istruttoria

Se dalla comunicazione non emergono rischi per la concorrenza le autorità autorizzano l'operazione senza istruttoria. Nel caso pratico, l'AGCM l'ha ritenuta suscettibile di essere vietato ai sensi dell'articolo 6 della legge ed ha avviato l'istruttoria nei confronti di tutte le parti dell'operazione attenendosi alle norme dell'art. 14, entro 30 giorni dal ricevimento della notifica. Sono state, altresì, audite diverse società operanti nella filiera dell'editoria quali Messaggerie, Feltrinelli, Fazi Editore S.r.l ecc. L'analisi di una concentrazione consiste nel valutare se le modifiche della struttura del mercato indotte dall'operazione rendano nel tempo probabili comportamenti anticoncorrenziali. La valutazione delle concentrazioni ha pertanto carattere prospettico ed è basata sostanzialmente sulle relazioni esistenti tra struttura del mercato e comportamenti delle imprese. Per verificare il cambiamento che l'operazione produce nella struttura del mercato si utilizza il cosiddetto "indice di concentrazione". Per effettuare il Test di dominanza si utilizza l'indice di Hirschman - Herfindahl (HHI), che è pari alla somma dei quadrati delle quote di mercato di ciascuna impresa presente nel mercato rilevante. Un mercato si definisce *non concentrato* se il valore dell'HHI è inferiore a 1000; *moderatamente concentrato* se il valore dell'indice è compreso tra 1000 e 1800. In questo caso non producono restrizioni alla concorrenza solo le operazioni che aumentano il valore dell'indice di meno di 100 punti. Il mercato è *concentrato* se il valore dell'HHI è superiore a 1800 e saranno autorizzate solo le operazioni che presentano un differenziale in aumento dell'indice inferiore a 50 punti.

L'individuazione di una struttura di mercato concentrata rappresenta, però, solo un indizio della possibilità che la concentrazione dia luogo a una restrizione della concorrenza, che si verifica allorché le imprese abusano del loro potere. Occorre verificare, attraverso un esame delle caratteristiche del mercato se alla struttura concentrata corrisponda un effettivo potere di mercato da parte delle imprese. In particolare, occorre osservare l'esistenza di "barriere all'entrata", che rendano indipendente il comportamento delle imprese sul mercato della concorrenza "potenziale", e l'esistenza di condizioni strutturali che rendano più facili la collusione. (Pera, 2009)

Nella sua valutazione, l'AGCM identifica i mercati rilevanti, del prodotto e geografico. Il mercato merceologico rilevante determina l'ambito entro il quale deve essere valutato il potere di mercato dell'impresa che risulta come conseguenza dell'operazione di concentrazione. Il mercato geografico rilevante, invece, comprende l'area nella quale i partecipanti alla concentrazione

forniscono beni e servizi rilevanti e che può essere tenuta distinta dalle zone geografiche contigue per l'assenza di significative possibilità di sostituzione geografica.

L'operazione in questione interessava una pluralità di mercati che coprono l'intera filiera dell'editoria di libri, iniziando dai mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore ai mercati dell'editoria per proseguire con quelli dei servizi di promozione e di distribuzione e infine i mercati della vendita ai clienti finali. Considerando che sia Mondadori sia RCS Libri rappresentano i principali editori di questa filiera ci si aspetta che anche i mercati influenzati dall'operazione di acquisizione siano tanti.

2.1 I mercati d'acquisizione dei diritti d'autore

Con riguardo alla *fase di acquisizione dei diritti di autore*, i mercati oggetto di approfondimenti istruttori sono stati i mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore relativi a opere italiane e straniere di narrativa e saggistica. Per quanto concerne la dimensione geografica si considera il territorio nazionale. La principale variabile di confronto tra gli editori per l'acquisizione dei diritti di autore sono gli anticipi offerti agli autori. La valutazione della posizione di mercato delle Parti è stata condotta attraverso un'analisi comparativa dei dati relativi alle acquisizioni dei diritti d'autore realizzate nel periodo 2010-2014 dai principali concorrenti del mercato individuando qui gruppi editoriali come GEMS, Feltrinelli, De Agostini, Giunti ecc.

Tabella 1 - Numero di diritti di edizione di opere di narrativa e saggistica acquisiti da Mondadori e RCS Libri

	2010	2011	2012	2013	2014
Mondadori	500-1000	1000-1500	1000-1500	1000-1500	1000-1500
RCS Libri	1500-2000	1500-2000	1500-2000	2000-2500	1500-2000
Mondadori+ RCS	2500-3000	2500-3000	2500-3000	3000-3500	2500-3000
Altri Editori	1000-1500	1500-2000	2000-2500	2000-2500	1500-2000

La tabella 1 mostra che considerati congiuntamente, Mondadori e RCS Libri siano in grado di aggiudicarsi un numero di diritti superiore a quello complessivamente riferibile ai principali concorrenti, sia per le opere italiane che per quelle straniere. In termini di anticipi, dette società sono tradizionalmente state impegnate in un vivace confronto competitivo al fine di acquisire i diritti di pubblicazione delle opere sia italiane che straniere con la conseguenza di elevare i livelli

degli anticipi riconosciuti agli autori. Gli anticipi complessivamente pagati dalle due società nel 2014 erano all'incirca 10-49 milioni di euro mentre gli altri editori considerati complessivamente, hanno pagato frazioni comprese tra un terzo e un mezzo degli anticipi pagati da Mondadori e RCS Libri. A seguito della realizzazione dell'operazione Mondadori verrà a detenere una quota di mercato suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore di opere di narrativa e saggistica italiane e straniere. La posizione dominante nella quale Mondadori si verrà a trovare potrebbe determinare una riduzione del potere negoziale degli agenti e degli autori come conseguenza di venire meno del principale concorrente di Mondadori nel mercato (RCS Libri). La dimensione di Mondadori potrebbe influire sulla capacità degli editori concorrenti di aggiudicarsi i diritti di edizione di loro interesse in quanto per la massa critica, per la forza promozionale e distributiva, per il numero e la varietà dei marchi Mondadori rappresenterà la prima scelta di qualunque editore.

2.2 I mercati dell'editoria

Una volta acquisito il diritto di pubblicazione o di traduzione di un'opera segue la pubblicazione del libro. Con riferimento alle attività svolte dagli editori finalizzate alla pubblicazione del libro sono stati individuati i seguenti mercati rilevanti:

il mercato dell'editoria di "varia" che include i mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica; libri per ragazzi; libri d'arte; guide e manuali; libri accademici e professionali; fumetti; dizionari ed enciclopedie. Geograficamente, l'analisi dei mercati corrispondenti ai diversi libri presenta un'estensione nazionale per ragioni linguistiche e per la sostanziale omogeneità delle condizioni concorrenziali in Italia. Le leve competitive per gli editori in questi mercati sono la costruzione di un catalogo che riscontri il successo dei lettori e la capacità di assicurare ai propri libri un'adeguata promozione e una distribuzione rapida e capillare. Strettamente connesso al tema del catalogo è quello del formato tascabile, il formato nel quale si continua a vendere il catalogo.

La parte di *narrativa e saggistica* nel mercato dell'editoria rappresenta la categoria maggioritaria nell'ambito della varia pesando per oltre il 55%. I dati forniti dalla parte notificante in merito alle quote di mercato mostrano che la quota di mercato congiunta di Mondadori e RCS Libri nel 2015 era su valori compresi tra il 35% e il 45%. (35-45% in volume rispetto al 40-45% del 2014; 40-45% in valore rispetto al 2014). Il secondo operatore del mercato invece, GEMS, deteneva una

quota pari al 10-15% sia in volume sia in valore. Per valutare la potenzialità di una posizione dominante nella situazione post-merger, L'Autorità ha calcolato l'indice HHI a partire dalle quote di mercato delle parti relative al 2015. Il valore dell'indice parte da valori che si attestano intorno a 1300 per arrivare dopo la realizzazione dell'operazione, su valori prossimi o superiori a 2000 facendo registrare incrementi pari a 629 e 720 a seconda che si considerino le quote di mercato in volume ovvero in valore. Le quote che Mondadori verrà a detenere dopo la realizzazione dell'operazione sono compatibili con una posizione dominante.

Parimenti nel *segmento dei tascabili* le quote congiunte di Mondadori e RCS Libri si attestano nel 2015 su livelli superiori del 50-55% del mercato. L'indice HHI sale a livelli prossimi a 3000 determinando anche in questo segmento una posizione di forte dominanza di Mondadori nello scenario post-merger. L'Autorità ha espresso la preoccupazione che il nuovo operatore diventerà il primo del mercato, detenendo la quota di oltre il 50% del mercato e sarà in grado di dettare le regole del gioco.

Il mercato dell'*editoria di libri per ragazzi* è la seconda categoria per importanza dell'editoria "varia" con un peso di circa 20-25%. Le quote congiunte del mercato per Mondadori e RCS Libri nel 2015 arrivano al 30-35% in volume e al 35-40% in valore. Utilizzando le quote di mercato in volume e in valore del 2015 sono stati calcolati i valori dell'indice HHI nel contesto di mercato attuale e nello scenario post-merger. I livelli dell'indice risultano già nel contesto attuale elevati, superiori a 1600 e arrivano nello scenario post-merger su livelli prossimi a 2000 con incrementi pari a 335 in volume e 495 in valore. Il concorrente Gruppo Giunti ha inoltre rilevato che il mercato dell'editoria di libri per ragazzi è caratterizzato dalla presenza di characters di successo su cui vengono costruite intere collane e serie di libri. L'Autorità ha considerato tale osservazione molto importante nella sua valutazione in quanto c'è anche un'elevata interazione tra questi characters e i media. Le società coinvolte nella concentrazione sono le sole a far parte di gruppi attivi in diversi media. RCS Libri appartiene al gruppo che edita il "Corriere della Sera" invece Mondadori appartiene al gruppo Fininvest, attivo sui mezzi televisivi, radiofonici e anche nell'editoria dei periodici. Esse si avvantaggiano delle relazioni internazionali della capogruppo per ottenere le licenze relative ai characters. L'acquisizione prospettata andrebbe a consolidare la posizione di leadership di Mondadori.

La possibile dominanza di Mondadori sui mercati dell'editoria dei libri di narrativa e saggistica e di libri per ragazzi è suscettibile di produrre effetti sia nei confronti delle librerie sia nei confronti

degli editori concorrenti indipendenti. Considerando che dopo l'acquisizione Mondadori deterrà oltre il 50% dei Top 100 best seller, sarà imprescindibile per qualunque libreria avere i libri di Mondadori. L'istruttoria ha fatto emergere che l'ampiezza dell'offerta di Mondadori può tradursi in una riduzione degli spazi disponibili espositivi per gli altri editori.

L'Autorità ha voluto analizzare anche un altro componente del *mercato dell'editoria varia*, quello *dei fumetti*. Dall'elaborazione dei dati forniti dalla parte notificante nella quota congiunta di mercato, nel 2015, Mondadori e RCS Libri rappresentavano il 25-30% del mercato invece gli altri editori 45-50%. Ad esprimersi sugli effetti dell'operazione l'AGCM ha sostenuto che il mercato dell'editoria di fumetti rappresenti solo il 0,23% del più ampio mercato della "varia" e l'aggregazione delle quote di Mondadori e RCS Libri non rappresenta rischi per la concorrenza del mercato.

Anche se inizialmente identificato come mercato rilevante nella valutazione della concentrazione, per motivi essenzialmente linguistici e in ragione dell'esistenza di una specifica normativa nazionale, volta, tra l'altro, a calmierare il prezzo dei libri, il mercato dell'editoria scolastica è stato ritenuto "salvo" dall'Autorità in quanto l'aggregazione Mondadori e RCS libri non comporta alcuna creazione di posizione dominante o potere di mercato per la parte post-merger.

Un ulteriore mercato rilevante dell'editoria è quello e-book. I diritti di pubblicazione della versione digitale di un libro sono di norma venduti unitamente ai diritti di edizione di un'opera. È emerso che sono molto rari i casi in cui a un e-book non corrisponda un'edizione cartacea precedente o successiva ed è pertanto evidente come le quote detenute nei mercati dell'editoria cartacea abbiano una correlazione diretta con le quote detenute nel mercato dell'editoria di e-book. Nel 2014 Mondadori deteneva una quota pari al 30-35% invece RCS Libri una quota del 10-15%. Pertanto, a seguito della realizzazione dell'operazione Mondadori verrà a detenere un a quota di circa 45-50% del mercato. L'indice HHI calcolato in base a queste quote di mercato nello scenario attuale si attesta sul valore di 1165 per salire nello scenario post-merger a 2025 con un incremento di 860. Anche qui l'istruttoria ha considerato il forte posizionamento di Mondadori nello scenario post-merger.

È stato quindi emerso dall'istruttoria che l'operazione di concentrazione in esame porterà alla costituzione o al rafforzamento di una posizione dominante nei mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore e nei mercati dell'editoria di libri di narrativa e saggistica, di libri per ragazzi e di e-book.

Per quanto concerne i mercati dell'editoria di fumetti e di scolastica le evidenze istruttorie consentono di escludere che l'operazione in esame porterà alla costituzione ovvero al rafforzamento di una posizione dominante.

2.3 I mercati della fornitura di servizi di promozione e distribuzione

Gli editori competono al fine di guadagnare spazi di visibilità per i libri pubblicati. Per quanto concerne i servizi di promozione (intesi come attività rivolte agli intermediari di vendita) e distribuzione dei libri, nel mercato italiano i principali gruppi editori sono integrati in dette fasi della filiera. Sotto il profilo geografico, il mercato rilevante resta quello nazionale.

Il mercato dei servizi di promozione e della distribuzione di libri di “varia” nelle librerie è stato il primo mercato definito rilevante agli effetti della concentrazione. Con l'acquisizione di RCS Libri, Mondadori deterrà il 50% di quota di mercato dei *bestseller* e qualsiasi libreria cercherà di acquistare i prodotti di Mondadori. È stato sottolineato durante l'istruttoria il fatto che Mondadori e RCS Libri siano gli unici soggetti appartenenti a gruppi attivi nei media, e queste rappresentano una leva in più per la promozione dei propri libri pubblicati. L'AGCM prevede nella situazione post-merger il rafforzamento di una posizione dominante di Mondadori nel mercato. Quest'ultimo, forte del fatto che nessun libraio potrà permettersi di non avere i suoi titoli, non avrà incentivi a investire in un miglioramento delle condizioni di distribuzione alle librerie indipendenti. Le barriere d'ingresso risulteranno ancora più elevate per i nuovi editori per l'accesso a reti di promozione e distribuzione di libri nelle librerie indipendenti.

Un altro mercato rilevante è quello della distribuzione alla GDO di libri di “varia”. Il mercato in esame era caratterizzato da un duopolio tra Opportunity, controllata da Messaggerie, e Mach2 Libri. A seguito dell'operazione di concentrazione Mondadori deterrà una partecipazione di controllo in Mach2. Emerge che Mach2 Libri ha livelli di attività superiori a quelli di Opportunity: in termini di volumi nel 2015, i volumi movimentati da Mach superavano del 20-25% quelli di Opportunity; in termini di valore il movimentato di Mach2 è stato superiore di 30-35% rispetto a quello di Opportunity. È stato emerso anche i due operatori del mercato scelgono discrezionalmente i libri con cui rifornire il canale GDO e hanno contratti di esclusiva con alcune

catene distributive. Mach2, distribuisce prevalentemente marchi dei soci e solo in piccola parte editori terzi mentre Opportunity appare più aperto alle produzioni degli editori diversi dai soci. L'acquisizione dei RCS Libri da parte di Mondadori comporta il rischio che Mach2 diventi sostanzialmente un operatore monomarca così precludendo l'accesso ai prodotti editoriali di soggetti terzi alle catene distributive servite in esclusiva. Un tale scenario avrebbe senza dubbio ripercussioni molto serie sui risultati economici e sulla posizione di mercato della casa editrice e contribuirebbe a consolidare la già forte posizione detenuta dal gruppo Mondadori sul mercato dell'editoria.

Infine, è stato considerato rilevante ai fini dell'istruttoria il mercato della distribuzione di e-book alle piattaforme di vendita. I due principali soggetti attivi nell'ambito della filiera relativa alla distribuzione degli e-book sono rappresentati dall'editore e dalla piattaforma commerciale. Alcuni editori (es. Mondadori) si fanno carico in modo diretto dei servizi tecnici necessari per l'implementazione dei descritti modelli di distribuzione, mentre altri acquistano i servizi in questione a provider terzi quali Edigita, Simplicissimus e Book Republic. I provider di servizi tecnici sono remunerati dagli editori in misura percentuale rispetto al prezzo di vendita dell'e-book. Con l'operazione Mondadori subentrerà al posto di RCS Libri nelle quote di Edigita. Nella sua difesa Edigita ha ritenuto improbabile che nell'offerta di servizi di distribuzione possa crearsi alcuna posizione dominante, in quanto il mercato anche se in una fase ancora embrionale appare già caratterizzato dalla presenza di diversi operatori. Edigita ritiene tecnicamente possibile che con l'acquisizione di RCS Libri, Mondadori possa valutare l'opportunità di gestire attraverso la propria piattaforma anche la distribuzione di ebook di RCS Libri sottraendola a Edigita. La perdita dei volumi di attività svolti per conto di RCS Libri potrebbe risultare problematica per Edigita.

2.4 Il mercato della vendita di libri ai clienti finali

Per quanto concerne la fase di vendita di libri ai clienti finali sono stati individuati i seguenti mercati rilevanti:

il mercato della vendita al dettaglio dei libri di varia, è da considerarsi di dimensione geografica locale, con riferimento alla provincia di Milano. Dall'istruttoria è emerso che nel 2014 la quota di mercato di Mondadori era pari al 15-20% invece quella di RCS Libri era inferiore all'1% sia in

valore sia in volume. A seguito dell'operazione notificata Mondadori verrà pertanto a detenere un a quota stimabile del 15-20% del mercato. Per quanto concerne l'ambito territoriale della provincia di Milano, dove si trova l'unica libreria di RCS Libri, le librerie a marchio Mondadori sono 23 su un totale di 214. A seguito della realizzazione dell'operazione notificata le librerie riferibili Mondadori saliranno a 24 pari all'11,2% del totale. La rete di vendita di Mondadori rappresenta anche quella maggiormente estesa per numero di punti vendita e si caratterizza per un modello operativo imperniato sul franchising. Sempre più spesso le librerie indipendenti in ragione della crisi si affiliano a Mondadori per evitare la chiusura. Mentre le librerie generaliste di una catena come quella di Feltrinelli non potrebbero sopravvivere senza essere in grado di offrire i prodotti editoriali dei concorrenti in ragione della ridotta quota di mercato dell'editore di riferimento, le librerie Mondadori nello scenario post-concentrazione potrebbero ridimensionare ancora di più l'ingresso degli editori terzi al loro interno trasformandosi in librerie monomarca;

il mercato della vendita online di prodotti editoriali, all'interno del quale l'attività di vendita di libri cartacei e di e-book si presentano differenziate. In primo luogo, le trattative con gli editori si svolgono separatamente per i libri cartacei e gli e-book, anche per quei soggetti che commercializzano entrambe le diverse categorie di prodotto. Le parti sono attive sia nel segmento della vendita di libri cartacei che in quello della vendita di e-book. Nel 2014 Mondadori deteneva nel mercato della vendita online di prodotti digitali una quota del 1-5%, RCS Libri una quota del 15-20%. A seguito della realizzazione dell'operazione notificata Mondadori verrà a detenere una quota del 15-20%. Ai fini della valutazione dell'operazione in esame NON risulta necessario esaminare la posizione delle Parti sui distinti segmenti della vendita online di libri cartacei e della vendita di e-book in ragione del livello delle suddette quote e della presenza sul mercato di qualificati concorrenti come Amazon e IBS.

4. Rimedi e misure prescritte

L'istruttoria ha evidenziato che l'acquisizione di RCS Libri da parte di Mondadori, così come prospettata in fase di notifica, è suscettibile di determinare ai sensi dell'articolo 6 della legge n.287/90 la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati **(i)** dell'acquisizione dei diritti d'autore di opere di narrativa e saggistica italiane e straniere **(ii)** dell'editoria di narrativa e saggistica **(iii)** dell'editoria di libri per ragazzi **(iv)** dell'editoria di e-book, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei suddetti mercati e nei mercati verticalmente connessi **(a)** della distribuzione dei libri di "varia" alla GDO, **(b)** della vendita di libri di "varia" e **(c)** della vendita al dettaglio online di prodotti editoriali. Tale esito produrrebbe effetti pregiudizievoli per la concorrenza che interesserebbero sia gli editori concorrenti di Mondadori che le controparti contrattuali di quest'ultima lungo la filiera dell'editoria (autori, librerie, e-retailer, distributori che forniscono la GDO).

Tutto ciò considerato si ritiene che l'operazione di concentrazione possa essere autorizzata condizionatamente alla realizzazione di alcune misure correttive ai sensi dell'art. 6, comma 2, della legge n.287/90. A questo proposito, la Commissione Europea ha adottato un particolare approccio: i rimedi devono essere tali da permettere di ristabilire, a seguito della concentrazione, il medesimo livello di concorrenza presente nel mercato prima dell'operazione; oppure i rimedi devono essere tali da controbilanciare l'aumento nel potere di mercato, in modo da eliminare il rischio che sia creata o rafforzata una posizione dominante.

4.1. Le proposte di Mondadori: analisi degli effetti

Mondadori si è dichiarata disponibile a adottare una serie di rimedi la cui implementazione sarebbe suscettibile di eliminare gli elementi distorsivi della concorrenza emersi a conclusione dell'istruttoria. Questi rimedi sono stati analizzati dall'Autorità e appaiono nel loro complesso *idonei a scongiurare gli effetti pregiudizievoli della concorrenza nei mercati esaminati.*

Specificamente, con riguardo ai mercati dell'acquisizione dei diritti d'autore di opere di narrativa e saggistica italiane e straniere, Mondadori ha proposto di rinunciare, previa accettazione degli autori, al diritto di opzione sulle opere future, al diritto di preferenza per il rinnovo del contratto di edizione e al diritto di prelazione per le opere in raccolta già previste nei contratti. La rinuncia a

tali diritti permette di rimuovere un ostacolo tecnico al passaggio degli autori che hanno pubblicato con Mondadori e RCS Libri di passare verso altri editori. Questo avrebbe favorito una mobilità degli autori verso gli editori concorrenti, attuali e potenziali, del nuovo soggetto, in una fase di cambiamento strutturale del settore. La misura dovrà essere applicata per 3 anni dalla delibera.

Mondadori ha proposto due rimedi strutturali¹⁰ in merito al mercato dell'editoria di narrativa e saggistica, rimedi che secondo l'Autorità tendono a ridurre significativamente la quota di Mondadori sul mercato, all'interno del segmento dei tascabili nonché sul mercato dell'editoria e-book. Il primo rimedio consiste nella vendita della partecipazione azionaria detenuta da RCS Libri in Marsilio e inoltre Mondadori si asterrà dal riacquistare il controllo di Marsilio per 10 anni. Come secondo rimedio Mondadori ha proposto la cessione di un ramo d'azienda della casa editrice Bompiani. La dismissione di Marsilio e Bompiani rimuove circa metà della sovrapposizione delle attività di Mondadori e RCS Libri nel mercato della narrativa e saggistica. Analogamente anche nell'editoria di e-book considerando la connessione tra pubblicazione di libri digitali e cartacei. Mondadori ha proposto di cedere Marsilio e Bompiani a degli operatori già attivi nel mercato dell'editoria e che siano in condizioni di assoluta indipendenza alla stessa Mondadori nonché alle società del Gruppo Fininvest. Le suddette cessioni sono altresì idonee alla costituzione o al rafforzamento di un editore concorrente.

In relazione ai mercati dell'editoria di e-book e della vendita online di prodotti editoriali, Mondadori ha proposto di mettere tutto il proprio catalogo di e-book a disposizione di tutte le piattaforme nazionali e internazionali che ne facciano richiesta a condizioni eque senza nessuna discriminazione. Anche per il mercato della distribuzione dei libri di "varia" alla GDO, Mondadori propone di mettere a disposizione l'intero catalogo agli operatori attivi del mercato, così come ai grossisti e ai potenziali concorrenti. La messa a disposizione del catalogo di e-book appare idonea a ridurre il rischio di esclusione a danno di alcuni e-retailer. La stessa considerazione vale anche per il catalogo di libri di "varia" la cui messa a disposizione ridurrà il rischio di effetti escludenti a danno dei concorrenti di Mach2 Libri. Entrambe le misure sono considerate idonee dall'AGCM. Con riguardo al mercato della vendita al dettaglio di libri di "varia" soprattutto nella provincia di Milano dove ci sono comuni nei quali esiste solo la libreria di Mondadori, per garantire anche alla concorrenza la visibilità, Mondadori ha proposto di garantire la presenza nel punto di vendita di

¹⁰ Tipologia di rimedi che agisce sulla struttura del mercato. Tipici rimedi strutturali sono costituiti dalla vendita di assets, di partecipazioni azionarie, vendita di parti di business ecc.

un numero di titoli editi dalla concorrenza pari ad almeno il 40% dei titoli esposti. Tale misura ridurrà il rischio di avere punti vendita monomarca e le limitazioni espositive degli altri operatori. Inoltre, per sostenere lo sviluppo di editori terzi Mondadori, Mondadori propone di offrire un finanziamento economico alla Fiera “Più Libri Più Liberi” per un periodo non inferiore a 3 anni a sostegno della promozione degli editori indipendenti. Al fine di favorire l’intera filiera del libro e nell’interesse delle librerie indipendenti Mondadori garantisce di non modificare in senso peggiorativo le condizioni contrattuali che prima dell’operazione sono state applicate alle librerie indipendenti e di catena dai Gruppi Mondadori e RCS Libri. E per promuovere infine la cultura del libro soprattutto tra i giovani ed allargare il bacino dei lettori Mondadori farà donazioni di libri a istituti scolastici, biblioteche pubbliche, carceri minorili e ospedali su tutto il territorio nazionale. Continuerà poi il progetto già intrapreso “In libreria con la classe” che prevede attività e laboratori per bambini e ragazzi all’interno delle librerie per avvicinarli alla lettura. Entrambe le misure sono state considerate idonee dall’Autorità.

5. Decisione finale dell’AGCM

Nella sua adunanza del 23 marzo 2016 L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, visti gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell’istruttoria ha ritenuto necessario prescrivere alla società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. ai sensi dell’art 6, comma 2, della legge n.287/90 le misure volte a impedire tali conseguenze, eliminano gli effetti distortivi causati dalla realizzazione della concentrazione in esame e ha deciso di autorizzare l’Operazione subordinatamente alla piena ed effettiva esecuzione di tutte le misure sopradescritte. Su Mondadori grava l’obbligo di fornire all’Autorità relazioni periodiche volte a fornire gli elementi conoscitivi necessari alla verifica dell’ottemperanza alle misure stesse. La prima relazione in merito all’attuazione delle misure prescritte è stata presentata entro il 31/12/2016 e, a partire da tale data, sono state inviate relazioni semestrali per i successivi 3 anni.

III.

CONCLUSIONI

Le leggi antitrust sono un sistema di norme destinate a proteggere il funzionamento del mercato concorrenziale. Uno degli obiettivi di questo lavoro era quello di illustrare a grandi linee le finalità e le modalità di applicazione della politica della concorrenza, mettendo in particolare rilievo i principi comuni che caratterizzano le normative dei diversi paesi. Il centro degli obiettivi dell'antitrust è la massimizzazione del benessere sociale economico e alla base di tale politica vi è l'idea dell'esistenza di una relazione inversa tra il potere di mercato ed il benessere economico. Il potere di mercato consente alle imprese di praticare prezzi superiori al livello dei costi marginali e ciò conduce a perdite di benessere sociale. Di primo impatto si può dedurre che il compito della politica della concorrenza sia quello di incrementare il numero di imprese operanti sul mercato basandosi sul fatto che la presenza di molte imprese operanti tende ad eliminare le loro possibilità di potere di mercato o di conseguire una posizione dominante in esso. Questa conclusione purtroppo risulta inesatta in quanto il compito della politica della concorrenza è quello di difendere la competizione sul mercato, con l'obiettivo di aumentare il livello di benessere e non di proteggere i concorrenti. Non spetta alla politica antitrust di massimizzare il numero delle imprese nel mercato. Nell'esaminare la politica antitrust occorre non dimenticare che tale politica abbia solo un ruolo regolativo nell'economia volto a disciplinare il comportamento delle imprese affinché il mercato possa funzionare in modo concorrenziale.

Uno degli strumenti principali della politica della concorrenza è il controllo delle concentrazioni. Le operazioni di concentrazione tra imprese sono un fenomeno fisiologico nello sviluppo dell'attività di impresa. Esse rappresentano una delle modalità (la crescita esterna) con cui le imprese nascono, si espandono o riorientano il proprio campo di azione. Tuttavia, le concentrazioni possono anche rappresentare un modo per acquisire un concorrente e quindi per realizzare un cambiamento nella struttura del mercato. Questo cambiamento può impedire a imprese concorrenti di accedere al mercato oppure rendere difficile la sopravvivenza agli operatori già presenti. Per questo esse sono oggetto di particolari controlli preventivi dell'antitrust.

Per capire meglio il controllo delle concentrazioni, oltre a presentare la normativa antitrust e cercare di fare un confronto tra quella americana e la normativa europea il presente lavoro tratta anche un caso specifico, oggetto di valutazione dell'Autorità Garante della Concorrenza e del

Mercato nel 2016. Il caso si riferisce alla notifica di concentrazione tra due grandi società del mercato dell'editoria italiana, Mondadori e RCS Libri. A seguito dell'operazione Mondadori avrebbe acquisito il controllo di RCS Libri e delle sue partecipate. L'operazione, secondo l'Autorità, era suscettibile, ai sensi dell'articolo 6 della legge n.287/90 sulla concorrenza, di creare o rafforzare una posizione dominante di Mondadori sul mercato. Per verificare gli effetti l'Autorità avviò l'istruttoria identificando i mercati rilevanti e la posizione di Mondadori in essi nello scenario pre-merger e post-merger. Il caso analizzato è stato abbastanza particolare in quanto si trattava di due giganti dell'editoria italiana e i mercati da esaminare erano tanti. In alcuni di essi Mondadori avrebbe raggiunto una quota di mercato superiore al 40% con l'acquisizione e la concentrazione rappresenta un unicum nel panorama europeo se si considera che in altri paesi europei i grandi gruppi editoriali raggiungono nel loro paese di riferimento quote non superiori al 24%. Il raggiungimento di tali quote deriva come effetto di un'anomalia propria del mercato italiano nel quale i maggiori editori controllano l'intero processo della filiera, ovvero la produzione, distribuzione, promozione e nel caso di Mondadori anche il retailing attraverso le catene di librerie. Di norma nei Paesi esteri la distribuzione e le catene di retailing sono invece assolutamente indipendenti dagli editori. In questo paradosso esistente nel mercato italiano dell'editoria gli editori terzi devono non solo competere con in nuovo soggetto nell'acquisizione dei contenuti da pubblicare, ma contemporaneamente avranno la necessità di essere distribuiti su tutti i canali gestiti dal medesimo soggetto per poter accedere ai clienti finali.

Il mercato editoriale italiano è caratterizzato, in ragione della struttura peculiare, da elevate barriere all'ingresso che non riguardano lo svolgimento dell'attività in sé ma bensì molto più concretamente le possibilità di svolgerla con una certa redditività. Le barriere all'ingresso risultano ancora più elevate per i nuovi editori con specifico riferimento alle risorse finanziarie necessarie per l'acquisizione dei diritti d'autore e all'accesso a reti di promozione e distribuzione indipendenti che garantiscano un'adeguata diffusione dei libri pubblicati. Importante è anche il fatto che Mondadori e RCS Libri si contraddistinguono nel mercato dell'editoria italiana per l'ampiezza dei cataloghi e per il pregio storico-culturale degli stessi. Questi cataloghi contengono 80-90 anni di storia letteraria e rappresentano il nucleo sul quale si formano le generazioni di lettori. In conclusione, ciò che preoccupava l'AGCM era la posizione dominante che Mondadori avrebbe raggiunto a seguito della realizzazione dell'operazione di concentrazione. La posizione di mercato di Mondadori era amplificata anche dal fatto che, sia Mondadori sia RCS Libri siano

appartenenti a gruppi di grandi dimensioni attivo nei settori dei media. Dall'istruttoria è emerso che il collegamento di Mondadori con network radio-televisivi, quotidiani, possa conferire un ulteriore vantaggio competitivo in termini di visibilità e di agevolazione all'accesso ai canali pubblicitari e di marketing. Di fronte a tali conclusioni, Mondadori ha espresso la volontà di rimediare le condizioni dell'operazione proponendo dei rimedi strutturali e comportamentali per garantire all'Autorità ma anche agli altri concorrenti del mercato la possibilità di rimuovere tutte le condizioni preoccupanti dei mercati nei quali la creazione di una posizione dominante era possibile. La proposta di Mondadori ha semplificato il lavoro dell'Autorità. Secondo l'AGCM la complessità dell'operazione rendeva difficile l'individuazione di un set di misure ugualmente idonee ad evitare il prodursi di un pregiudizio alla concorrenza e che impongano a Mondadori un sacrificio minore in termini di dismissioni e che incidano in maniera meno significativa sulle attività della stessa Mondadori. Da ultimo, Mondadori ha fornito evidenze volte a dimostrare che l'essere parte di un gruppo attivo in diversi media non è stato sfruttato per la promozione dei propri libri. L'Autorità, dopo aver analizzato bene tutte le misure e dopo essersi assicurata dell'efficacia di esse nell'eliminare gli effetti distorsivi causati dalla realizzazione della concentrazione, ha approvato l'operazione subordinatamente alla piena ed effettiva esecuzione di tutte le misure prescritte.

Per quanto risulti necessarie ed efficace, il controllo delle concentrazioni può delle volte avere delle limitazioni nel valutare le operazioni. A differenza delle analisi delle pratiche restrittive, che avvengono dopo che la condotta ha avuto luogo, l'analisi delle concentrazioni è prospettica, perché riguarda i "potenziali" effetti di una modifica strutturale di una situazione di mercato che non si è ancora verificata. Inoltre, tale analisi si basa su un'analisi economica. Poiché quest'ultima è basata su modelli astratti, si pone il problema del modo in cui la realtà del mercato è messa in relazione con questi modelli. Il problema è particolarmente acuto di fronte a casi complessi ad esempio nelle concentrazioni tra grandi imprese internazionali che operano in più paesi. In casi più semplici la valutazione dell'operazione è più facile e i potenziali effetti previsti sono probabili di essere più realistici. Il problema che si pone nel controllo delle concentrazioni da parti di grandi imprese che operano nei mercati mondiali è che la stessa operazione può essere esaminata da numerosi organismi di diversi paesi. Anche se la politica antitrust tende ad essere uniforme in tanti paesi esiste comunque la possibilità che autorità nazionali diverse raggiungano delle decisioni finali diverse in merito alla stessa operazione. L'esistenza di controlli multipli rende complesse e

macchinose le procedure e rischia di creare contrasti di valutazioni. Per evitare ciò sono state introdotte procedure di consultazione, in particolare tra le autorità americane e la Commissione Europea.

Infine, è importante sottolineare il fatto che non tutte le operazioni di concentrazione tendono a peggiorare le condizioni concorrenziali nei mercati. Le componenti di tali operazioni sono in rapida maturazione. Un'impresa decide di acquisirne un'altra valutando bene prima la convenienza a entrare o a sviluppare la propria presenza in un mercato basata anche ai sviluppi tecnologici, alle condizioni dei mercati finanziari ed anche alla trasformazione della domanda del mercato in quei determinati momenti.

Le “concentrazioni tra imprese” rappresentano definitivamente un fenomeno di estrema attualità e in continua trasformazione, caratteristiche queste che lo rendono interessante da studiare ed approfondire.

BIBLIOGRAFIA

Motta, M., Polo, M., 2005. Antitrust. Economia e politica della concorrenza. 2°ed., Bologna: il Mulino

Gobbo, F., et al., 2001. Il mercato e la tutela della concorrenza. 2°ed., Bologna: il Mulino

Pera, A., 2009. Concorrenza e antitrust. 4°ed., Bologna: il Mulino

Carlton, D.W., Perloff, M.J., 2005. Organizzazione industriale. 2°ed., Milano: McGraw-Hill

Del Monte, A., a cura di., 1997. Promozione della concorrenza e politiche antitrust. 1° ed., Bologna: il Mulino

L. 10 ottobre 1990, n.287 – Norme per la tutela della concorrenza e del mercato

Regolamento del Consiglio Europeo (CE) n. 139 del 20 gennaio 2004 relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese.

ANON., settembre 2017. Modalità per la comunicazione di un'operazione di concentrazione fra imprese.

Comunicazione della Commissione Europea (2005/C 56/03) sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni.

Provvedimento dell'AGCM n. 25807 del 21/01/2016 – Avvio istruttoria ARNOLDO MONDADORI EDITORE/RCS LIBRI

Provvedimento dell'AGCM n. 25932 del 23/03/2016 – Chiusura istruttoria ARNOLDO MONDADORI EDITORE/RCS LIBRI
www.agcm.it

i

ⁱ Numero totale di parole: 12115