

# Gazzetta ufficiale

dell'Unione europea

ISSN 1725-258X

L 82

47° anno

19 marzo 2004

Edizione  
in lingua italiana

## Legislazione

### Sommario

I Atti per i quali la pubblicazione è una condizione di applicabilità

.....

II Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità

### Commissione

2004/236/CE:

- ★ **Decisione della Commissione, del 13 marzo 2001, che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE (Caso COMP/M.1915 — The Post Office/TPG/SPPL) <sup>(1)</sup> [notificata con il numero C(2001) 721] ...** 1

2004/237/CE:

- ★ **Decisione della Commissione, del 17 ottobre 2001, che dichiara una concentrazione incompatibile con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE (Caso COMP/M.2187 — CVC/Lenzing) <sup>(1)</sup> [notificata con il numero C(2001) 3121] .....** 20

2004/238/CE:

- ★ **Decisione della Commissione, del 23 luglio 2003, che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE (Caso COMP/M.2972 — DSM/Roche Vitamins) <sup>(1)</sup> [notificata con il numero C(2003) 2648] .....** 73

<sup>(1)</sup> Testo rilevante ai fini del SEE

Prezzo: 18,00 EUR

IT

Gli atti i cui titoli sono stampati in caratteri chiari appartengono alla gestione corrente. Essi sono adottati nel quadro della politica agricola ed hanno generalmente una durata di validità limitata.

I titoli degli altri atti sono stampati in grassetto e preceduti da un asterisco.

Spedizione in abbonamento postale, articolo 2, comma 20/C, legge 662/96 — Milano.

## II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

## COMMISSIONE

## DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 13 marzo 2001

che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE

(Caso COMP/M.1915 — The Post Office/TPG/SPPL)

[notificata con il numero C(2001) 721]

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

(Testo rilevante ai fini del SEE)

(2004/236/CE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto l'accordo sullo Spazio economico europeo, in particolare l'articolo 57, paragrafo 2, lettera a),

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

vista la decisione della Commissione, del 15 novembre 2000, di avviare un procedimento sul caso di specie,

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

sentito il comitato consultivo in materia di concentrazioni<sup>(3)</sup>,

considerando quanto segue:

- (1) In data 24 luglio 2000 è pervenuta alla Commissione la notifica di un progetto di concentrazione a norma dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 («regolamento sulle concentrazioni», notifica successivamente completata in data 10 ottobre 2000.
- (2) Attraverso l'operazione notificata, le imprese The Post Office («TPO»), Regno Unito, TNT Post Group NV

(«TPG»), Paesi Bassi, e Singapore Post Private Limited («SPPL»), Singapore, acquisiscono, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni, il controllo congiunto di due joint venture di recente costituzione («Delta» e «NewCo»).

- (3) Con decisione del 15 novembre 2000, la Commissione, avendo rilevato che sussistono forti riserve in merito alla compatibilità dell'operazione notificata con il mercato comune, ha avviato il procedimento in conformità all'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento (CEE) n. 4064/89 e all'articolo 57, paragrafo 2, lettera a), dell'accordo SEE.

## I. ATTIVITÀ DELLE PARTI

- (4) TPO è l'operatore postale nazionale del Regno Unito. Esso fornisce la gamma completa di servizi postali, comprendenti la posta interna e la posta transfrontaliera in uscita nonché i pacchi interni e i pacchi transfrontalieri in uscita. TPO svolge inoltre attività commerciali, comprendenti i servizi postali transfrontalieri in uscita, in una vasta serie di paesi, quali la Germania, la Francia, i Paesi Bassi e gli USA.
- (5) TPG è l'operatore postale nazionale dei Paesi Bassi, nato dalla scissione del precedente gruppo Koninklijke PTT Nederland NV («KPN») nelle società KPN (telecomunicazioni) e TPG. TPG ha rilevato le attività di logistica, spedizioni espresso e servizi postali del precedente gruppo KPN. TPG è la casa madre di Koninklijke PTT Post BV («PTT Post»), l'operatore postale olandese. Tramite PTT Post, TPG fornisce servizi postali transfrontalieri in uscita nei Paesi Bassi e, tramite la divisione TNT International Mail, in oltre 45 paesi compresi i Paesi Bassi.

(1) GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1. Versione rettificata: GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13.

(2) GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1.

(3) GU C 69 del 19.3.2004.

- (6) SPPL è l'operatore postale nazionale di Singapore e attualmente ha attività estremamente limitate nel SEE.

## II. L'OPERAZIONE

- (7) L'operazione consiste nella creazione di due joint venture tra TPG, TPO e SPPL, destinate a operare nell'ambito della fornitura di servizi postali transfrontalieri in uscita e, in misura inferiore, nella fornitura di servizi di pacchi transfrontalieri in uscita. Esse non forniranno servizi espresso.
- (8) La joint venture «Delta» opererà nell'ambito della fornitura di detti servizi in tutto il mondo, eccetto l'area Asia-Pacifico, mentre la «NewCo» fornirà tali servizi nell'area Asia-Pacifico.
- (9) TPG farà confluire la propria divisione TNT International Mail nelle joint venture: le attività di TNT International Mail fuori dall'area Asia-Pacifico, comprese quelle svolte nei Paesi Bassi, saranno rilevate dalla Delta e quelle svolte nell'area Asia-Pacifico dalla NewCo. La divisione TNT International Mail svolge attività postali transfrontaliere in uscita e, in misura inferiore, servizi di pacchi transfrontalieri in uscita (prodotto Easy Parcel). TPG conserverà tra l'altro le attività postali transfrontaliere in uscita di PTT Post nei Paesi Bassi e i servizi di recapito di pacchi interni e transfrontalieri. Essa manterrà inoltre il settore TNT Express.
- (10) TPO farà confluire nella Delta la propria divisione International Mail, la quale fornisce servizi postali transfrontalieri in uscita dal Regno Unito. Tutte le sue attività si svolgono fuori dall'area Asia-Pacifico. TPO contribuirà inoltre con la Royal Mail US Inc., operante nei servizi postali transfrontalieri in uscita negli Stati Uniti. TPO conserverà tra l'altro le proprie attività postali interne e transfrontaliere in uscita nel Regno Unito nonché l'attività di recapito di pacchi interni e transfrontalieri. TPO mantiene altresì la propria divisione interna europea, comprendente il gruppo Red Mail (Francia), di proprietà di TPO, e la CityMail Sweden AB, nella quale TPO detiene una partecipazione del 67 %. Sebbene tali società forniscano alcuni servizi postali transfrontalieri in uscita nei rispettivi paesi, tali servizi non rientrano nelle loro attività principali.
- (11) SPPL non è legalmente in grado di far confluire le proprie attività postali transfrontaliere in uscita nella NewCo. Pertanto SPPL contribuirà con le proprie attività postali transfrontaliere in uscita mediante un contratto con NewCo, in base al quale NewCo svolgerà le attività postali transfrontaliere in uscita di SPPL in veste di subappaltatore di quest'ultima. SPPL conserverà tra l'altro le proprie attività postali interne, i servizi postali transfrontalieri in entrata e i servizi di pacchi locali e transfrontalieri.
- (12) Per un periodo transitorio della durata di tre anni, Delta venderà, per conto di TPO, servizi postali transfrontalieri in uscita da altri paesi con destinazione Regno Unito, in

virtù di un contratto di vendita e rappresentanza di marketing. Per lo stesso periodo transitorio, Delta sarà nominata in qualità di agente di Koninklijke PTT Post BV, con l'incarico di vendere e commercializzare i servizi postali di quest'ultima a clienti esteri che desiderino inviare la posta verso o attraverso i Paesi Bassi. Al termine di tale periodo, i contratti di agenzia cesseranno e le relative attività confluiranno nella Delta.

## III. CONCENTRAZIONE

### 1. CONTROLLO CONGIUNTO

- (13) Le joint venture saranno controllate congiuntamente da TPO, TPG e SPPL.
- (14) Il capitale azionario di Delta sarà detenuto dalle case madri nella seguente misura: TPG deterrà il 51 % delle azioni mentre TPO e SPPL deterranno ciascuna il 24,5 %. Il contratto di joint venture conferisce a ciascuna casa madre un diritto di veto per quanto riguarda decisioni strategiche, quali il contenuto del piano economico, la strategia economica e il budget.
- (15) Il capitale azionario di NewCo sarà detenuto congiuntamente al 50 % da Delta e SPPL. Delta e SPPL pertanto controllano congiuntamente NewCo e, poiché Delta è, a sua volta, controllata congiuntamente da TPO, TPG e SPPL, in ultima analisi queste tre società controllano insieme la NewCo.

### 2. PIENA FUNZIONALITÀ

- (16) Le joint venture eserciteranno, su base permanente, tutte le funzioni di un'entità economica autonoma.
- (17) Delta svolgerà tutte le funzioni necessarie per fornire servizi postali transfrontalieri in uscita e agirà in qualità di consolidatore, raggruppando i propri servizi e quelli forniti dai subappaltatori, allo scopo di fornire servizi postali transfrontalieri in uscita a clienti aziendali. I consolidatori ritirano e raggruppano la corrispondenza transfrontaliera in uscita per una specifica destinazione e successivamente negoziano speciali tariffe con gli operatori postali pubblici o con le società locali di recapiti, allo scopo di distribuire la posta «consolidata» nel paese di destinazione. Secondo il parere delle parti, i consolidatori esternalizzano circa l'80 % dei propri costi operativi. Delta non sarà obbligata ad esternalizzare i servizi per le proprie case madri, ma stipulerà con queste ultime opportuni contratti, in base ai quali le case madri forniscono servizi di recapito per conto di Delta nei propri paesi d'origine e accettano da Delta la posta transfrontaliera in uscita da distribuire ai destinatari finali nel paese di destinazione. Grazie alle attività, trasferitele da TPO e TPG, Delta disporrà delle risorse per operare sul mercato dei servizi postali transfrontalieri in uscita, svolgendo le funzioni, normalmente gestite dalle imprese operanti sullo stesso mercato.

- (18) Anche NewCo svolgerà le funzioni generalmente esercitate dai concorrenti che forniscono servizi postali transfrontalieri in uscita e, come Delta, agirà in qualità di consolidatore. Sebbene SPPL non faccia confluire le proprie attività postali transfrontaliere in uscita nella NewCo, grazie alle attività ricevute da TPG, la joint venture disporrà di risorse sufficienti per competere sul mercato.

#### IV. DIMENSIONE COMUNITARIA

- (19) Le imprese TPG, TPO e SPPL hanno un fatturato complessivo aggregato superiore a 5 000 milioni di EUR<sup>(4)</sup> (TPG, 8 468 milioni di EUR; TPO, 11 839 milioni di EUR e SPPL, 176 milioni di EUR). Due di esse hanno un fatturato comunitario superiore a 250 milioni di EUR ciascuna (TPG, [...]\*)<sup>(\*)</sup> di EUR; e TPO, [...]\*)<sup>(\*)</sup> di EUR), ma non conseguono più di due terzi del fatturato comunitario aggregato in un unico Stato membro. L'operazione notificata ha pertanto dimensione comunitaria. Essa non costituisce un caso di collaborazione a norma dell'articolo 57 dell'accordo SEE.

#### V. COMPATIBILITÀ CON IL MERCATO COMUNE

##### A. BACKGROUND

- (20) La presente operazione deve essere considerata alla luce della futura liberalizzazione del settore postale, in via di realizzazione.

##### 1. AMBITO NORMATIVO

- (21) A norma della direttiva 97/67/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 dicembre 1997, concernente regole comuni per lo sviluppo del mercato interno dei servizi postali comunitari e il miglioramento della qualità del servizio<sup>(5)</sup>, attualmente in vigore, agli operatori postali pubblici (OPP) può essere concesso un monopolio legale per la fornitura di determinati servizi nella misura necessaria per garantire il mantenimento del servizio universale. Tali servizi consistono nel recapito di posta interna e transfrontaliera di peso inferiore a 350 grammi e di costo inferiore a cinque volte la tariffa normale. Oltre tali limiti di prezzo e peso (area

non riservata), il processo di liberalizzazione è già in corso. Al di sotto di tali limiti, la direttiva del Consiglio lascia aperta la possibilità per gli Stati membri di liberalizzare ulteriormente il settore postale.

- (22) Sebbene la direttiva del Consiglio non faccia distinzioni tra la posta transfrontaliera in entrata e in uscita, nel settore postale tale distinzione esiste. Mentre la posta transfrontaliera in entrata può essere definita come la corrispondenza internazionale entrante in un determinato paese, la posta transfrontaliera in uscita corrisponde alla posta spedita da un determinato paese. La posta transfrontaliera in uscita, la quale rappresenta meno del 5 % della posta totale e il 3 % dei ricavi totali che gli OPP traggono dal servizio universale, in base alla notifica, è di fatto liberalizzata in dieci Stati membri, fatta eccezione per Portogallo, Spagna, Italia, Grecia e Austria. La Danimarca, i Paesi Bassi, la Svezia e la Finlandia sono gli unici Stati membri, in cui la posta transfrontaliera in uscita sia liberalizzata anche de jure. Nel Regno Unito, la posta internazionale in uscita sarà liberalizzata de jure a partire dal marzo 2001, allorché entrerà in vigore la legge 2000 sui servizi postali.

- (23) Il 30 maggio 2000, la Commissione ha avanzato una proposta per un'ulteriore liberalizzazione del settore postale<sup>(6)</sup>, in base alla quale i limiti di peso e costo per la corrispondenza interna e la posta transfrontaliera in entrata, nell'ambito dei quali l'OPP competente esercita un monopolio legale, entro il 2003, dovrebbero essere ridotti a un peso di 50 grammi e a un costo pari a meno di 2 volte e ½ la tariffa normale. Inoltre, la proposta prospetta una piena liberalizzazione della posta transfrontaliera in uscita per tutti gli Stati membri, entro il 2003. Il Parlamento europeo si è espresso sulla bozza della direttiva, proponendo una modifica che non consenta la liberalizzazione della posta transfrontaliera in uscita. Il Consiglio non ha espresso il proprio consenso sulla proposta di compromesso, sottopostagli il 22 dicembre 2000. Pertanto attualmente, i tempi e l'estensione della futura liberalizzazione del settore postale non sono chiari.

##### 2. POSTA TRANSFRONTALIERA IN USCITA

- (24) Con la liberalizzazione della posta transfrontaliera in uscita, gli OPP competenti hanno iniziato ad affrontare la concorrenza degli operatori pubblici e dei consolidatori di paesi terzi in quest'area.

(\*) Le parentesi quadre contrassegnate da un asterisco contraddistinguono informazioni confidenziali cancellate dal testo.

(4) Fatturato calcolato in conformità all'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento (CEE) n. 4064/89 e alla comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato (GU C 66 del 2.3.1998, pag. 25). Qualora le cifre comprendano il fatturato relativo al periodo antecedente al 1° gennaio 1999, esse sono calcolate sulla base dei tassi medi di cambio dell'ecu e convertite in euro uno a uno.

(5) GU L 15 del 21.1.1998, pag. 14.

(6) Proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che modifica la direttiva 97/67/CE per quanto riguarda l'ulteriore apertura alla concorrenza dei servizi postali della Comunità, COM(2000) 319 def. (GU C 337 E del 28.11.2000, pag. 290).

- (25) Gli OPP utilizzano le proprie infrastrutture postali per il trasporto e la consegna della posta transfrontaliera in uscita alla destinazione finale. Quali membri dell'UPU (7) essi possono e di fatto gestiscono i cosiddetti uffici di scambio (UC), mediante i quali inviano la corrispondenza all'operatore pubblico del paese di destinazione come posta internazionale. Negli UC, la posta viene etichettata in conformità ai requisiti dell'UPU e vengono compilati gli opportuni moduli UPU che consentono all'OPP mittente di inviare la posta all'OPP del paese di destinazione come posta internazionale. L'OPP ricevente deve poi distribuire la posta all'interno del proprio paese, senza potervi imporre i propri requisiti postali interni che, contrariamente ai requisiti uniformi dell'UPU, possono variare da paese a paese. Salvo accordo su diverse modalità, al pagamento si applicano le norme UPU. Le tariffe pagate per la posta all'interno dell'UE sono stabilite dall'accordo Reims II (8) applicabile a tutti gli OPP della Comunità, eccetto TPG (9).
- (26) Gli US sono gestiti dal paese d'origine dell'OPP, ma possono essere gestiti anche fuori da tale paese, per consentire all'OPP in questione di sfruttare le migliori strutture di trasporto, eventualmente presenti nel paese di destinazione. In quest'ultimo caso, la posta ritirata dall'OPP di un paese terzo nel paese ospite o in un altro paese, attraverso l'UC, può essere inserita nel sistema UPU, come se fosse partita dal paese d'origine dell'operatore pubblico.
- (27) In alternativa, gli OPP possono scegliere di immettere la posta transfrontaliera in uscita affidatagli dai clienti (nei propri paesi d'origine o in paesi nei quali hanno una controllata, con o senza un UC), come posta interna, direttamente nel sistema postale dell'OPP del paese di destinazione. Per quanto riguarda la posta aziendale, inviata a destinatari situati nei grandi centri urbani, le società private di recapiti spesso offrono un'alternativa rispetto ai servizi postali tradizionali.
- (28) I consolidatori non sono operatori postali pubblici. Si tratta invece di aziende private che ritirano e consolidano la posta di clienti aziendali, riuscendo quindi ad ottenere dagli OPP sconti per quantità superiori a quelli ottenibili dai singoli clienti. A loro volta, gli OPP, che trattano con i consolidatori, hanno il vantaggio di collaborare con un numero ristretto di grandi clienti anziché con innumerevoli piccoli clienti aziendali.
- (29) Non essendo operatori pubblici, i consolidatori non possono gestire i propri UC, in conformità alle norme UPU. Essi quindi dipendono dagli OPP per la distribuzione della posta transfrontaliera in uscita con il sistema UPU e possono pertanto consegnare la posta ritirata all'ufficio postale competente per il loro paese o a un OPP con sede in tale paese. Tale OPP di un paese terzo può gestire la posta tramite l'US che detiene nel paese o tramite un US sito nel suo paese d'origine. In alternativa, la posta può anche essere distribuita per conto dei consolidatori, da parte di un OPP sprovvisto di una sede nel paese di residenza del consolidatore (sebbene questa sembri essere un'eccezione).
- (30) All'esterno del sistema UPU, i consolidatori, come esposto precedentemente per quanto riguarda gli OPP, possono immettere la propria posta nel sistema postale del paese di destinazione, come posta interna, oppure utilizzare servizi di recapito privati alternativi, nei paesi in cui esistono.
- (31) Le numerose modalità alternative di distribuzione della posta tramite i vari operatori, qui sintetizzate, sono raffigurate in un grafico allegato alla presente decisione (allegato I). La presente descrizione fornisce alternative astratte per i vari operatori. Se e in quale misura essi possano avvalersi e di fatto utilizzino tali alternative dipende largamente dalla redditività delle stesse per il singolo operatore. Che si tratti dell'OPP competente, di un OPP di un paese terzo o di un consolidatore, l'operatore deve decidere quale modalità di smistamento della sua posta sia economicamente attuabile e sostenuta dai prezzi che i clienti finali intendono pagare. Tale processo decisionale costituisce il know-how del singolo operatore. La decisione è determinata non solo da parametri, quali il servizio richiesto dal cliente (velocità, affidabilità, costo), ma anche dalle dimensioni dell'operatore, dai volumi che esso è in grado di generare e dalle destinazioni principali da servire.
- (32) Se si osservano i vari operatori del mercato, si nota che, per l'acquisizione del cliente aziendale finale, cioè il mittente, concorrono l'OPP competente, nonché gli OPP di paesi terzi e i consolidatori. Allo stesso tempo, i consolidatori saranno clienti degli stessi OPP per la distribuzione della loro posta tramite il sistema UPU. Essi saranno inoltre clienti degli OPP che hanno scelto di non concorrere per l'acquisizione dei clienti finali, bensì di concentrarsi sulla distribuzione della posta dei consolidatori tramite il loro accesso al sistema UPU.

## B. MERCATI RILEVANTI PER IL PRODOTTO

### 1. POSTA TRANSFRONTALIERA IN USCITA

(7) Unione postale universale, istituita mediante un trattato di diritto pubblico internazionale di cui i paesi sono i firmatari.

(8) Cfr. decisione 1999/695/CE della Commissione, del 15 settembre 1999, relativa ad un procedimento ai sensi dell'articolo 81 del trattato CE e dell'articolo 53 dell'accordo SEE (caso IV/36.748 — REIMS II) (GU L 275 del 26.10.1999, pag. 17).

(9) Sono firmatari dell'accordo Reims II gli OPP dei seguenti paesi: Austria, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Islanda, Irlanda, Italia, Lussemburgo, Norvegia, Portogallo, Spagna, Svezia, Svizzera, Regno Unito, cioè tutti i paesi SEE eccetto i Paesi Bassi e il Liechtenstein.

(33) La definizione del mercato rilevante nel settore della posta transfrontaliera in uscita è stata stabilita dalla Commissione sulla base delle diverse definizioni del mercato del prodotto, proposte dalle parti, e dei risultati dell'indagine di mercato.

a) **Mercato della posta transfrontaliera in uscita**

(34) Nella notifica, le parti hanno affermato che esiste un mercato rilevante per il prodotto, per quanto riguarda la posta transfrontaliera in uscita. I servizi di posta transfrontaliera in uscita comprendono il ritiro della posta dai clienti, lo smistamento e la distribuzione della stessa in qualsiasi paese di destinazione del mondo. In questa definizione del mercato, le parti hanno incluso sia la posta personale sia quella aziendale, la quale comprende lettere, pubblicità diretta per corrispondenza, stampati/pubblicazioni e piccoli pacchi di clienti aziendali (B[usiness]-to-B[usiness] e B[usiness]-to-C[onsumer]).

b) **Mercato della posta transfrontaliera aziendale in uscita**

(35) L'indagine di mercato ha, tuttavia, dimostrato che il mercato rilevante per il prodotto non comprende tutta la posta transfrontaliera in uscita, bensì solo la posta transfrontaliera aziendale in uscita. I clienti aziendali richiedono e ottengono servizi diversi rispetto ai privati, i quali devono comprare un francobollo a una tariffa prestabilita presso un ufficio postale e spedire le loro lettere tramite le cassette o gli uffici postali. I clienti aziendali, invece, mediante speciali accordi con gli operatori postali e/o i consolidatori, negoziano sconti e ottengono servizi supplementari, quali il ritiro della posta presso i loro uffici, l'affrancatura ecc. La riduzione della mole di lavoro garantita dai clienti aziendali si rispecchia nel prezzo.

(36) I clienti privati devono attenersi alle tariffe e ai servizi standard del locale ufficio postale mentre la maggior parte dei clienti aziendali ha la possibilità di scegliere se spedire la posta alle tariffe pubbliche standard o sulla base di speciali accordi con gli operatori postali e/o i consolidatori. Le piccole aziende che pagano per spedire la posta all'estero, acquistando francobolli, difficilmente hanno accesso ai fornitori di servizi alternativi, a causa degli scarsi volumi e delle spese sostenute per i servizi di posta transfrontaliera in uscita.

(37) Per queste ragioni, nella comunicazione delle obiezioni, la Commissione, per la posta transfrontaliera aziendale in uscita, ha adottato una definizione del mercato del prodotto che esclude i consumatori privati e le spese sostenute dalle aziende per i francobolli.

(38) Nella replica alla comunicazione delle obiezioni, le parti hanno contestato la definizione del mercato, adottata dalla Commissione, ed hanno proposto una nuova definizione, identificando un mercato specifico per i servizi di posta transfrontaliera in uscita in appalto, il quale comprende solo i servizi di posta transfrontaliera forniti in appalto ed esclude quindi non solo la posta transfrontaliera aziendale in uscita spedita alla tariffa pubblica standard, ma anche la posta transfrontaliera aziendale, spedita mediante utilizzo di un macchinario per l'affrancatura.

(39) Le parti hanno fornito i dati sulle quote di mercato della posta transfrontaliera in uscita in appalto nel Regno

Unito e nei Paesi Bassi. Poiché tutta la posta spedita alle tariffe pubbliche e con macchinari per l'affrancatura rappresenta un'attività gestita dall'OPP competente, il principale effetto consiste nel ridurre la quota di mercato delle parti nei rispettivi paesi d'origine rispetto ai loro concorrenti.

(40) Per la posta transfrontaliera aziendale in uscita, la Commissione mantiene la definizione del mercato del prodotto precedentemente esposta, per le seguenti ragioni.

(41) Ai fini del calcolo della quota di mercato di TPO e TPG nei rispettivi mercati nazionali, le parti propongono che si consideri come posta in appalto solo la posta rientrante nelle soglie necessarie per ottenere uno sconto in qualità di cliente aziendale. Tali soglie sono però fissate unilateralmente dai due operatori competenti per i loro mercati nazionali e, pertanto, accettare tale definizione del mercato significherebbe definire il mercato del prodotto unicamente facendo riferimento a criteri dal punto di vista dell'offerta.

(42) Va inoltre notato che le soglie necessarie per ottenere uno sconto come cliente aziendale variano notevolmente da un paese all'altro. Nel caso presente, la soglia annua, fissata da TPG nei Paesi Bassi equivale a 25 000 NLG (circa 10 000 EUR) mentre la soglia annua, fissata da TPO sul mercato del Regno Unito equivale a 2 500 GBP (circa 4 000 EUR). Di conseguenza, un cliente aziendale che intenda ottenere un contratto scontato nei Paesi Bassi deve raggiungere una soglia 2,5 volte superiore a quella del Regno Unito. Con la nuova proposta di definizione del mercato del prodotto, che tiene conto di queste diverse soglie, le parti definiscono artificiosamente le proprie quote di mercato, considerando come clienti di posta in appalto solo quelli che raggiungono le soglie da esse stabilite.

(43) La prova che tali soglie non devono essere prese in considerazione per definire il mercato è fornita dal fatto che i consolidatori offrono i propri servizi di posta transfrontaliera a tutti i clienti aziendali, indipendentemente dalle somme che essi spendono annualmente per i servizi postali. Mercury International e Belgian Mailhouse, due consolidatori operanti sia nel Regno Unito sia nei Paesi Bassi, durante l'audizione hanno confermato che accettano la posta di qualsiasi tipo di cliente aziendale. TNT stessa, nell'audizione, ha affermato che, quale consolidatore, riterrebbe potenziali clienti tutti i clienti aziendali, senza alcuna specifica soglia predefinita.

(44) Nella proposta di un mercato «in appalto» avanzata dalle parti si suppone che nessuno dei clienti che si avvalgono di macchinari di affrancatura abbia una possibilità di scelta, mentre la Commissione ritiene che esistano clienti aziendali che non raggiungono le soglie fissate dalle parti e utilizzano macchinari di affrancatura, i quali potrebbero passare ad altri fornitori di servizi di posta transfrontaliera in uscita.

(45) Tali clienti aziendali potrebbero utilizzare i macchinari di affrancatura, pur essendo in grado di trasferire l'attività ai consolidatori o a OPP di paesi terzi, in quanto generano un fatturato e volumi sufficienti di posta transfrontaliera in uscita. Nel corso dell'indagine, la Commissione non è riuscita a stabilire quanta parte dell'attività derivante dai clienti aziendali con macchinari di affrancatura sarebbe stata realisticamente spendibile con concorrenti di TPO o TPG. Pertanto, si ritiene opportuno adottare una definizione del mercato per la posta transfrontaliera in uscita che comprenda un limite inferiore e uno superiore, laddove il limite superiore comprende tutte le spese sostenute per l'appalto oltre a quelle sostenute con i macchinari di affrancatura e il limite inferiore comprende tutte le spese sostenute per l'appalto ma esclude quelle sostenute con i macchinari di affrancatura.

### c) Conclusioni sul mercato del prodotto

(46) Alla luce delle precedenti motivazioni, la Commissione stabilisce che il mercato rilevante per il prodotto è quello della posta transfrontaliera aziendale in uscita. Tale definizione del mercato del prodotto comprende un limite superiore (comprendente i macchinari di affrancatura) e un limite inferiore (non comprendente i macchinari di affrancatura). Ai fini della presente decisione, non occorre precisare ulteriormente tale fascia, poiché, indipendentemente dal fatto che il confine esatto del mercato si situi al limite superiore, a quello inferiore o tra i due, ciò non influisce in misura sostanziale sulla valutazione.

#### 2. PACCHI TRANSFRONTALIERI IN USCITA

(47) Tramite la divisione TNT International mail, TPG farà confluire nella joint venture il prodotto Easy Parcel, un servizio accessorio alla posta transfrontaliera in uscita che TNT fornisce ai suoi clienti. Tale servizio è rivolto ai clienti aziendali, con il ritiro presso gli uffici del cliente, tempi di consegna più rapidi e non è disponibile agli sportelli degli uffici postali, bensì viene fornito direttamente ai clienti aziendali. Non si tratta di un servizio dai tempi certi.

(48) Le parti affermano che il mercato rilevante per questo prodotto è il mercato delle spedizioni transfrontaliere di pacchi in uscita con servizio expedited. Esse sostengono che il loro prodotto non corrisponde a un servizio espresso, in quanto i tempi non sono certi e si differenzia dai servizi standard di recapito di pacchi. Contrariamente ai pacchi standard, nel servizio expedited i pacchi vengono ritirati presso gli uffici dei clienti aziendali e il servizio non è disponibile agli sportelli degli uffici postali.

(49) Nelle precedenti decisioni, la Commissione non ha fornito una definizione del mercato del servizio expedited distinguendolo da quello standard. Nemmeno ai fini della presente decisione, occorre precisare ulteriormente i mercati rilevanti per il prodotto, poiché nessuna delle definizioni del mercato prese in considerazione

comporterebbe impedimenti significativi a un'efficace concorrenza nel SEE o in parti sostanziali di tale area.

### C. MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI

#### 1. POSTA TRANSFRONTALIERA AZIENDALE IN USCITA

(50) Nella notifica, le parti affermano che i mercati geografici rilevanti sono nazionali. L'indagine di mercato ha confermato tale punto di vista.

(51) In passato, la Commissione riteneva che il mercato geografico rilevante per la posta transfrontaliera in uscita si potesse definire nazionale<sup>(10)</sup>. Tuttavia, la Commissione ritiene altresì che la dimensione nazionale del mercato geografico possa modificarsi a seguito di un'eventuale tendenza verso una domanda di clienti globali da parte dei consumatori.

(52) L'indagine di mercato ha dimostrato che le caratteristiche di mercato nazionale sono tuttora esistenti, sebbene alcuni fornitori abbiano clienti globali per la fornitura dei diversi servizi di recapito: i servizi di posta transfrontaliera in uscita sono percepiti dai clienti come un servizio a livello nazionale, le reti di distribuzione sono nazionali, i tariffari forniti dalle parti mostrano che i prezzi sono stabiliti a livello nazionale e i livelli di prezzo sono diversi nei vari paesi, la commercializzazione si svolge prevalentemente a livello nazionale ed esistono sostanziali differenze nelle quote di mercato detenute dai principali fornitori nei diversi Stati membri. Inoltre, il fatto che nei vari paesi vengano adottati diversi criteri di idoneità per accedere ai benefici di un contratto d'appalto (cfr. sopra) costituisce un ulteriore argomento a favore dei mercati nazionali.

(53) Nella replica congiunta alla comunicazione delle obiezioni della Commissione, le parti hanno per la prima volta affermato che il mercato geografico andrebbe inteso come europeo o internazionale. Nel proporre una nuova definizione del mercato geografico, le parti riferiscono di numerose società multinazionali che, a quanto esse dicono, raccolgono sempre più informazioni presso i concorrenti situati nei vari paesi, allo scopo di ottenere il miglior rapporto possibile tra il prezzo e i livelli di servizio.

(54) Nell'eventualità in cui la Commissione respingesse una definizione più ampia del mercato geografico, le parti ritengono che esista un singolo mercato geografico comprendente almeno i Paesi Bassi e il Belgio e basano la propria conclusione sul fatto che tre dei concorrenti presenti sul mercato olandese, TNT, Belgian Mailhouse e De Post/La Poste, esercitano la propria attività a Bruxelles e non nei Paesi Bassi. Inoltre, le parti hanno segnalato che i clienti di grosse partite di posta con sede in Belgio portano la posta nei Paesi Bassi.

<sup>(10)</sup> Cfr. le seguenti decisioni della Commissione: IV/M.102 — TNT/GD Net; IV/M.787 — PTT Post/TNT-DG Net; IV/M.843 — PTT Post/TNT/GD Express Worldwide; IV/M.1168 — Deutsche Post/DHL; IV/M.1410 Deutsche Post/Danzas.

(55) Previo esame delle argomentazioni presentate dalle parti a favore di una definizione del mercato geografico più ampia di quella proposta originariamente, la Commissione ha deciso di attenersi alla definizione di mercato geografico nazionale ritenendo pertinenti a tale proposito le seguenti ragioni.

(56) Per quanto riguarda l'esistenza di un mercato geografico più ampio comprendente i Paesi Bassi e il Belgio, l'indagine di mercato ha dimostrato che i clienti dei vari concorrenti operanti sul mercato olandese sono prevalentemente clienti aziendali con sede nei Paesi Bassi. In particolare, le parti non hanno fornito prove del fatto che le loro strutture olandesi traggano un numero consistente di attività da clienti fuori dai Paesi Bassi.

(57) L'esistenza di un mercato geografico più ampio comprendente i Paesi Bassi e il Belgio non può essere altresì motivata con il fatto che alcuni concorrenti operanti sul mercato olandese abbiano le proprie strutture produttive in Belgio. Nella misura in cui tali operatori svolgono le proprie attività di marketing e vendita nei Paesi Bassi, il fatto che essi gestiscano la posta in strutture site in Belgio non influisce sulla definizione del mercato geografico.

(58) Inoltre, l'indagine di mercato non conferma la dichiarazione delle parti, secondo cui le grandi società multinazionali acquistano i servizi di posta transfrontaliera in uscita su base europea o internazionale. L'indagine di mercato ha dimostrato che, seppure qualche società occasionalmente lo faccia, in generale gli acquisti di servizi di posta transfrontaliera in uscita si svolgono a livello nazionale, anche per quanto riguarda le grandi società multinazionali.

(59) Alla luce di quanto sopra, la Commissione ritiene che il mercato geografico sia nazionale.

## 2. PACCHI TRANSFRONTALIERI IN USCITA

(60) Le parti ritengono che il mercato geografico dei pacchi internazionali sia nazionale. Tale affermazione è in linea con le precedenti decisioni della Commissione. I risultati dell'indagine di mercato non hanno fornito indicazioni a favore di una diversa definizione del mercato geografico.

(61) Non occorre precisare ulteriormente il mercato geografico rilevante, poiché nessuna delle varie definizioni del mercato geografico prese in considerazione comporterebbe impedimenti significativi a un'efficace concorrenza nel SEE o in parti sostanziali di tale area.

## D. EFFETTI DELLA CONCENTRAZIONE

### 1. POSTA TRANSFRONTALIERA AZIENDALE IN USCITA

(62) La quota di mercato congiunta delle parti per la posta transfrontaliera aziendale in uscita è inferiore (in molti paesi notevolmente inferiore) al 15 %, fatta eccezione per i paesi d'origine di TPO e TPG, vale a dire il Regno Unito e i Paesi Bassi. Pertanto, solo questi ultimi paesi presentano elementi per una valutazione più sostanziale.

#### a) *Concorrenza all'interno del gruppo*

(63) Gli effetti della concentrazione sono stati analizzati, aggiungendo le quote di mercato di TPO e TPG rispettivamente nel Regno Unito e nei Paesi Bassi. In entrambi i paesi, una delle case madri della joint venture continuerà ad operare sullo stesso mercato della joint venture. Anche se la joint venture e la rispettiva casa madre si facessero concorrenza nei suddetti paesi, questa sarebbe da considerarsi una concorrenza all'interno del gruppo e, alla luce delle argomentazioni economiche illustrate di seguito, non come una concorrenza sul mercato.

(64) Nella notifica, le parti affermano che nella sua valutazione la Commissione dovrebbe tenere conto della concorrenza tra le case madri e le controllate e che in realtà non vi sarà alcuna variazione strutturale sui mercati delle case madri, poiché la joint venture Delta continuerà a competere con le case madri. La parti danno atto che gli incentivi alla concorrenza possono essere limitati nel caso di una controllata al 100 %. Tuttavia, esse asseriscono che, per quanto riguarda Delta, gli incentivi alla concorrenza di fatto aumenteranno a seguito della variazione nella partecipazione azionaria di TPG (dal 100 % al 51 %), poiché TPG riceverà una quota del solo 51 % su qualsiasi affare perso a favore di Delta, anziché il 100 % che otterrebbe se la posta venisse spedita tramite TPG.

(65) La Commissione ritiene, tuttavia, che il fatto che TPG mantenga il controllo, seppure congiunto, di TNT, confuti tali argomentazioni. Se e in quale misura società appartenenti allo stesso gruppo siano di fatto in concorrenza tra loro dipende in ultima analisi dalle politiche societarie e non dalle forze di mercato. Inoltre, non esistono elementi a sostegno di circostanze eccezionali, in base alle quali, nel presente caso, la concorrenza all'interno del gruppo si possa ritenere equivalente alla concorrenza sul mercato. Il solo fatto che i clienti passino da un membro all'altro del gruppo non costituisce un fattore in tal senso.



b) **Regno Unito**aa) **Posizione di mercato**1) *Quote di mercato*

- (66) Nella tabella 1a sono riportate le quote di mercato per la posta transfrontaliera aziendale in uscita, con la colonna (1) comprendente i macchinari di affrancatura <sup>(1)</sup> e la colonna (2) senza macchinari di affrancatura.

Tabella 1.a

**Mercato 1999 della posta transfrontaliera aziendale in uscita nel Regno Unito suddiviso per valore**

Concorrente	Posta transfrontaliera aziendale in uscita	
	(1) compresi i macchinari di affrancatura	(2) esclusi i macchinari di affrancatura
Valore totale del mercato	EUR [...]*	EUR [...]*
TPO — attività mantenute	[50-60]* %	[40-50]* %
TPG — attività confluite	[5-10]* %	[5-10]* %
<b>TPO/TPG insieme</b>	<b>[60-70]* %</b>	<b>[40-50]* %</b>
Totale gruppo Deutsche Post (con DHL & Herald)	[10-20]* %	[10-20]* %
Mercury	[5-10]* %	[10-20]* %
La Poste (Francia)	[1-5]* %	[1-5]* %
Pharos	[5-10]* %	[5-10]* %
Swiss Post	[1-5]* %	[1-5]* %
Altri	[5-10]* %	[10-20]* %

- (67) Comprendendo i clienti con macchinari di affrancatura, le parti avrebbero una quota di mercato congiunta del [60-70]\* %, con un incremento derivante dalla concentrazione pari al [5-10]\* %. Altri due operatori, Deutsche Post e Mercury, detengono una quota pari a circa il [5-10]\* %, mentre numerosi altri operatori (La Poste, Pharos e Swiss Post) detengono quote di mercato sino a un massimo del [1-10]\* %.

<sup>(1)</sup> Questi dati costituiscono un aggiornamento delle cifre, precedentemente inserite dalla Commissione nella comunicazione delle obiezioni. Tali cifre sono state riviste, eliminando [...] EUR spesi per francobolli per l'invio di posta transfrontaliera in uscita. Non era nelle intenzioni della Commissione includere queste spese nelle quote di mercato. Inoltre, i dati precedentemente forniti alla Commissione per il Regno Unito erano basati sui seguenti tassi di cambio fissi GBP/EUR: TPO (1,722) e TPG (1,65). Tutti i dati presentati nella tabella 1a sono ora basati sulla media ufficiale dei tassi di cambio della BCE rispettivamente per il 1998, il 1999 e il 2000. Ciononostante, la differenza nella struttura di mercato tra le quote di mercato risultanti non è elevata, grazie ad alcuni aggiustamenti supplementari, apportati anche dalle parti alle cifre precedentemente fornite.

- (68) Escludendo i clienti con macchinari di affrancatura, la differenza più significativa consiste nel fatto che la quota iniziale di mercato di TPO è inferiore al [40-50]\* %. L'incremento che deriverebbe dalla concentrazione sarebbe pari al [5-10]\* %, generando quindi una quota di mercato congiunta del [40-50]\* %. La quota di TPO è inferiore se si escludono i clienti con macchinari di affrancatura, poiché tutti i ricavi derivanti dalla posta spedita con i macchinari di affrancatura spettano a TPO.

2) *Altri concorrenti*

- (69) La scelta della definizione del mercato non influisce sul numero di operatori presenti sul mercato. È infatti evidente che attualmente sono presenti numerosi operatori su entrambi i mercati, alcuni dei quali sono consolidatori, come Mercury International e Pharos; sono inoltre presenti almeno cinque OPP di paesi terzi del SEE <sup>(12)</sup>, oltre a vari OPP non europei (cioè Philippine Post, Hong Kong Post e SPPL). Altri due concorrenti detengono quote di mercato superiori a TPG, che attualmente è solo il quarto operatore di mercato.

- (70) Per il consumatore, non appare rilevante che il fornitore del servizio sia classificato come consolidatore o OPP, fintantoché fornisce un servizio postale di qualità adeguata e a prezzi competitivi. Ciononostante, la presenza dei PPO di paesi terzi presenta il vantaggio aggiuntivo di fornire ai consolidatori punti di accesso alternativi al sistema UPU (cfr. di seguito).

3) *Dinamiche del mercato*

- (71) TNT (successivamente acquisita da TPG) è entrata sul mercato del Regno Unito nel 1986. Inoltre, essendo entrata precedentemente sul mercato ed avendo raggiunto una quota inferiore a molti altri operatori, le parti sostengono che il tasso di crescita di TNT è uno dei più lenti sul mercato del Regno Unito.

- (72) I seguenti PPO di paesi terzi sono tutti entrati sul mercato del Regno Unito negli ultimi cinque anni: Deutsche Post ha aperto un ufficio vendite nelle Midlands verso la fine del 1998, ma precedentemente aveva effettuato vendite a distanza per un anno. Nel 2000, Deutsche Post ha acquisito Herald, un consolidatore presente nel Regno Unito, e conseguentemente ha registrato una rapida crescita sul mercato. Anche La Poste opera nel Regno Unito da circa quattro o cinque anni. Swiss Post è presente nel Regno Unito da tre anni. Belgian Mailhouse, già Nordic Mail, una joint venture tra gli OPP danese e belga, opera nel Regno Unito da tre o quattro anni e Philippines Post vi ha avviato l'attività negli ultimi sei mesi.

<sup>(12)</sup> TPG, Deutsche Post, Swiss Post, La Poste, e Belgian Mailhouse, joint venture tra Post Danmark e Posten Sverige AB.

(73) Inoltre, l'indagine di mercato ha dimostrato che molti degli OPP, attualmente operanti nel Regno Unito, erano intenzionati ad espandere le proprie attività nel Regno Unito nei prossimi tre anni. Altri invece hanno espresso l'intenzione di entrare sul mercato nello stesso periodo di tempo.

#### bb) **Barriere all'accesso**

(74) Le informazioni in possesso della Commissione mostrano che le barriere all'accesso nel Regno Unito sono relativamente scarse.

##### 1) *Ruolo dei consolidatori*

(75) Il mercato del Regno Unito è caratterizzato da un gran numero di consolidatori. I consolidatori sono presenti nel Regno Unito da oltre 25 anni e la loro esistenza è dovuta alla decisione di TPO di incoraggiare la crescita di intermediari, quali i consolidatori, offrendo loro sconti notevoli per i volumi. La presenza di questa grande massa di consolidatori ha un duplice effetto sul mercato.

(76) I consolidatori sono in concorrenza con gli OPP per l'acquisizione dei clienti finali e perciò offrono a questi ultimi una più ampia scelta di fornitori di servizi, come evidenziato dalle quote di mercato raggiunte dai consolidatori, precedentemente mostrate.

(77) L'altro effetto consiste nel fatto che la presenza dei consolidatori facilita l'accesso ai nuovi concorrenti potenziali, in quanto il rapporto con un consolidatore in effetti garantisce l'accesso alla posta di molti clienti aziendali. La recente acquisizione di Herald International (uno dei 5 maggiori consolidatori del Regno Unito) da parte di Deutsche Post dimostra che i consolidatori indipendenti del Regno Unito, mediante la loro acquisizione, forniscono agli OPP di paesi terzi strumenti di accesso relativamente facili. Pertanto, l'esistenza di molti consolidatori sul mercato del Regno Unito riduce significativamente le barriere all'accesso che gli OPP di paesi terzi dovrebbero superare.

(78) I consolidatori del Regno Unito hanno espresso preoccupazioni circa gli effetti dell'operazione. L'indagine di mercato ha evidenziato che una delle maggiori fonti di preoccupazione consiste nella realizzazione da parte di TPO della struttura di Langley, un centro di lavorazione/distribuzione, destinato a diventare operativo nel 2002. Tuttavia, poiché la struttura di Langley non verrà fatta confluire nella joint venture, la sua realizzazione non è correlata alla presente operazione e non costituisce pertanto un fattore rilevante ai fini della valutazione delle joint venture. Le ulteriori preoccupazioni espresse dai consolidatori vengono affrontate nella valutazione seguente.

##### 2) *Aeroporto Heathrow di Londra*

(79) Il Regno Unito è un mercato interessante per un OPP di un paese terzo. L'aeroporto Heathrow di Londra è il principale aeroporto europeo e offre ottimi collegamenti

con le città europee ed altre destinazioni in tutto il mondo. Un OPP europeo può facilmente spedire la posta del Regno Unito per via aerea da Heathrow direttamente al proprio ufficio di scambio («US») nel proprio paese, dove la posta viene poi smistata per la consegna all'interno del paese dell'OPP o per il consolidamento con la posta interna destinata alla consegna transfrontaliera in uscita.

(80) Inoltre, a condizione che si raggiungano volumi sufficienti, un OPP di un paese terzo può incrementare l'efficienza con cui gestisce la posta transfrontaliera in uscita dal Regno Unito aprendo un US vicino a Heathrow. Tali incrementi di efficienza possono quindi migliorarne la capacità concorrenziale. Numerosi OPP europei e non presenti nel Regno Unito hanno un US vicino a Heathrow, dove gestiscono la posta transfrontaliera aziendale in uscita in conformità alle norme UPU.

(81) L'indagine di mercato ha inoltre dimostrato che alcuni operatori postali, attualmente sprovvisti di un US nel Regno Unito, prevedono di aprirne uno entro i prossimi tre anni.

(82) Infine, [gran parte] della posta transfrontaliera aziendale in uscita dal Regno Unito parte da Londra, uno dei maggiori centri d'attività in Europa. Ciò rende l'accesso al mercato del Regno Unito addirittura più facile per un OPP di un paese terzo, il quale, infatti, può facilmente realizzare volumi sufficienti per aprire un US vicino a Heathrow, senza dover organizzare una forza di vendita nazionale.

##### 3) *Lingua inglese*

(83) L'importanza della lingua inglese a livello mondiale crea notevoli esigenze di invii transfrontalieri di posta per gli editori del Regno Unito, ulteriore elemento che attira nuovi concorrenti nel Regno Unito.

#### cc) **Rapporti verticali**

(84) Alla Commissione sono pervenute dichiarazioni, nelle quali si asserisce che TPO sarà in grado di offrire a Delta termini e condizioni migliori rispetto ad altri operatori del mercato. In base alle informazioni in possesso della Commissione, è improbabile che TPO, l'OPP competente, riesca a fare discriminazioni a favore di Delta e a danno di altri concorrenti.

##### 1) *Capacità di discriminare*

(85) TPO attualmente detiene un forte posizionamento, quale punto di accesso al sistema UPU, come dimostra il fatto che i consolidatori del Regno Unito si avvalgono di TPO come distributore per quasi [la maggior parte] della posta. La restante [parte inferiore] della posta raccolta dai consolidatori, tramite gli OPP di paesi terzi, viene immessa nel sistema nel Regno Unito o altrove, mediante reti di distribuzione alternative o l'inoltro diretto all'OPP locale del paese di destinazione.

- (86) L'elevata percentuale di posta transfrontaliera in uscita trasmessa tramite TPO è una delle principali preoccupazioni emerse dall'indagine di mercato. Tale punto di immissione viene considerato come un collo di bottiglia che, opportunamente controllato, consente a TPO di esercitare controllo su un importante elemento dei costi dei consolidatori e quindi sulla loro capacità concorrenziale. In particolare, i consolidatori temono che la diretta conseguenza della presente concentrazione consisterà nel fatto che TPO avrà maggiori incentivi ad offrire a se stessa (inclusa Delta) migliori termini e condizioni rispetto a quelli offerti ai consolidatori.
- (87) Come esposto precedentemente, esistono vari percorsi differenti dal mittente al destinatario della posta transfrontaliera in uscita, la maggioranza dei quali passa attraverso le reti UPU/Reims. L'indagine di mercato ha dimostrato che i consolidatori dispongono di valide alternative a TPO per spedire la posta fuori dal Regno Unito. Già ora molti consolidatori del Regno Unito, per una parte considerevole della posta transfrontaliera aziendale in uscita consolidata, utilizzano OPP di paesi terzi allo scopo di immettere la posta nel sistema UPU.
- (88) Nella replica congiunta alla comunicazione delle obiezioni, le parti, facendo riferimento a una «indagine sui consolidatori internazionali del Regno Unito» svoltasi dal febbraio al maggio 2000<sup>(13)</sup> hanno mostrato che, oltre a TPO, anche i consolidatori del Regno Unito si avvalgono di una grande varietà di OPP di paesi terzi, quali Deutsche Post, La Poste, Swiss Post, USPS, Mail Africa, Poste Italiane, Poste Spagnole, La Poste/De Post (Belgio), Post Denmark, Hong Kong Post e Indian Post. Dall'indagine emerge inoltre che i consolidatori e gli operatori postali terzi ritengono i servizi, offerti da OPP di paesi terzi nel Regno Unito, per molti aspetti, superiori, più flessibili e più economici rispetto a quelli offerti da TPO.
- (89) Inoltre, l'indagine di mercato ha confermato che, se necessario, in poche settimane, i consolidatori potrebbero passare il 5-10 % della loro attività a OPP alternativi. Pertanto, la Commissione ritiene che i consolidatori possano appaltare una percentuale sufficiente della loro posta, creando quindi un efficace disincentivo in grado di evitare che TPO faccia discriminazioni a loro sfavore.
- (90) Non solo i consolidatori sono in grado di reagire, ma questa capacità è accentuata dal fatto che il mercato in cui operano i consolidatori nel Regno Unito è caratterizzato da un elevato grado di trasparenza. I prezzi pagati dai consolidatori a TPO e stabiliti nell'accordo Duet sono fissi, in funzione degli sconti di volume raggiunti dal consolidatore (minimo 6 %, massimo 10,5 %). Se TPO intendesse favorire un consolidatore a danno di un altro, ciò risulterebbe rapidamente ovvio agli altri operatori del mercato.
- (91) Le parti hanno affermato esplicitamente che i termini e le condizioni, ai quali Delta avrà accesso a TPO saranno i termini e le condizioni standard, fissati nell'accordo Duet e nel tariffario standard e che non ci sarà alcun accordo particolare tra Delta e TPO.
- (92) L'indagine di mercato ha inoltre dimostrato che sul mercato si sa a favore di chi si perde un cliente che cambia fornitori.
- 2) *Il ruolo dell'ufficio di scambio di SPPL a Londra*
- (93) I paesi in via di sviluppo (definiti nell'accordo UPU), in conformità alle norme UPU, hanno accesso a tariffe di spese terminali inferiori a quelle applicate ai paesi industrializzati. SPPL (nell'accordo UPU, Singapore è ritenuto un paese in via di sviluppo) ha un US nel Regno Unito e potrebbe quindi fornire a Delta un percorso a basso costo.
- (94) [Descrizione dell'uso fatto da SPPL del proprio US di Londra]\*. [Descrizione degli obiettivi commerciali di SPPL a Londra]\*.
- (95) Inoltre, come esposto dalle parti nella replica congiunta alla comunicazione delle obiezioni, la convenzione UPU prevede meccanismi di protezione, atti a limitare le opportunità di sfruttamento del sistema delle spese terminali (articoli 43 e dal 48 al 51 della convenzione UPU). Nella convenzione UPU, esistono un limite al numero medio di unità di posta inviate dai paesi in via di sviluppo e un limite al peso annuo della posta pervenuta dai paesi in via di sviluppo. Se l'OPP di un paese in via di sviluppo supera uno di questi limiti, l'OPP del paese industrializzato ricevente può aumentare la percentuale delle spese terminali. Pertanto, questo sistema a duplice limitazione impedirà a Delta di sfruttare tale opportunità.
- (96) Infine, anche altri OPP non europei (ad esempio Philippines Post) hanno un US nel Regno Unito, nel quale gestiscono la posta transfrontaliera aziendale in uscita in conformità alle norme UPU. Tali US offriranno ai concorrenti di Delta la possibilità di accedere a spese terminali ridotte, impedendo quindi che Delta, grazie al suo accesso privilegiato all'US di SPPL nel Regno Unito, a seguito dell'operazione, possa ottenere un vantaggio di costi a margine e incrementare ulteriormente il proprio vantaggio concorrenziale rispetto ai concorrenti.
- 3) *Il ruolo del responsabile della regolamentazione*
- (97) Per quanto riguarda l'imminente introduzione di un nuovo regime normativo nel Regno Unito, il responsabile della regolamentazione, Postcomm, sta attualmente conducendo una pubblica consultazione, nella quale analizza un'ampia serie di problemi, comprese le modalità di adempimento del proprio ruolo di promozione della concorrenza nell'ambito dei servizi postali. I termini della licenza, in virtù della quale TPO (che si

<sup>(13)</sup> Indagine svolta per TPO da consulenti indipendenti sulla base di 20 interviste con consolidatori/operatori postali terzi.

chiamerà Consigna Ltd) opererà, sono attualmente oggetto di consultazione. La bozza della licenza non è stata ancora perfezionata, ma contiene una clausola la quale prevede che il licenziatario non effettui ingiuste discriminazioni tra persone aventi accesso alle sue strutture postali o mostri un'indebita preferenza verso tali persone.

- (98) Sebbene, di per se stessa, l'esistenza di tale regolamentazione settoriale non costituisca un motivo valido per permettere una concentrazione che rafforzerebbe una posizione dominante, essa rappresenta comunque un freno e un bilanciamento ulteriori contro la futura capacità discriminatoria di TPO.

#### dd) Regno Unito — Sintesi

- (99) Le precedenti argomentazioni indicano che la concentrazione non determinerà la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante, in grado di costituire un significativo impedimento a un'efficace concorrenza sul mercato della posta transfrontaliera aziendale in uscita nel Regno Unito.

#### c) Paesi Bassi

- (100) TPG domina il mercato della posta transfrontaliera aziendale in uscita nei Paesi Bassi. La presente operazione rafforza tale posizione dominante. A tale proposito si ritengono pertinenti le seguenti considerazioni:

#### aa) Posizione di mercato

- (101) La tabella 1.b illustra la struttura del mercato della posta transfrontaliera aziendale in uscita nei Paesi Bassi, con la colonna (1) comprendente i macchinari di affrancatura e la colonna (2) senza macchinari di affrancatura. Nel calcolo delle quote di mercato, i dati forniti dalle parti sono stati opportunamente corretti, tenendo conto delle informazioni ottenute da Deutsche Post.

Tabella 1.b

#### Mercato olandese 1999 della posta transfrontaliera aziendale in uscita suddiviso per valore

Concorrente	Posta transfrontaliera aziendale in uscita	
	(1) compresi i macchinari di affrancatura	(2) esclusi i macchinari di affrancatura
Valore totale del mercato	EUR [...] m	EUR [...] m
TPG (attività mantenute)	[70-80]* %	[40-50]* %
TPG (attività confluite)	[5-10]* %	[10-20]* %
TPO (confluita)	[10-20]* %	[20-30]* %
<b>TPO/TPG insieme</b>	<b>[80-90]* %</b>	<b>[70-80]* %</b>
Totale gruppo Deutsche Post (con DHL)	[5-10]* %	[10-20]* %
Overseas Courier Service	[1-5]* %	[1-5]* %
Dumaco	[1-5]* %	[1-5]* %

Concorrente	Posta transfrontaliera aziendale in uscita	
	(1) compresi i macchinari di affrancatura	(2) esclusi i macchinari di affrancatura
Mercury	[1-5]* %	[1-5]* %
Altri	[1-5]* %	[5-10]* %

Rettificato, eliminando la stima delle parti relativa al fatturato ottenuto da Deutsche Post a fronte di un contratto, scorrettamente classificato come posta transfrontaliera in uscita dai Paesi Bassi.

- (102) Comprendendo i clienti con macchinari di affrancatura, nel 1999 TPG aveva una quota di mercato pari al [70-80]\* % nei Paesi Bassi, sulla quale TNT incideva per [5-10]\* punti percentuali. Con l'aggiunta della quota di mercato di TPO pari al [10-20]\* % la quota successiva alla concentrazione ammonterebbe all'[80-90]\* %.
- (103) Escludendo i clienti con macchinari di affrancatura, nel 1999 TPG aveva una quota di mercato pari al [50-60]\* % nei Paesi Bassi, sulla quale TNT incideva per [10-20]\* punti percentuali. Con l'aggiunta della quota di mercato di TPO pari al [20-30]\* % la quota successiva alla concentrazione ammonterebbe al [70-80]\* %.
- (104) Nei Paesi Bassi, sono presenti Deutsche Post, Belgian Mailhouse, La Poste (Francia) e Swiss Post. Gli altri operatori del mercato, quali Overseas Courier Service, Mercury e Dumaco, sono consolidatori. Per quanto riguarda tali altri operatori, la tabella 1.b mostra chiaramente che, indipendentemente dall'inclusione o meno dei clienti con macchinari di affrancatura, gli altri operatori sono tutti relativamente piccoli e non sono stati in grado di raggiungere significative quote di mercato.
- (105) È altresì chiaro che, fatta eccezione per Deutsche Post, nessuno degli OPP ha raggiunto quote di mercato superiori all'[1-5]\* %. Pertanto, la pressione concorrenziale esercitata da tali altri operatori è relativamente limitata. Gli altri OPP europei non hanno una presenza operativa rilevante all'estero e non sembrano intenzionati ad entrare sul mercato olandese nei prossimi tre anni.
- (106) Per quanto riguarda Deutsche Post, le parti sostengono che le sue attività nei Paesi Bassi sono equiparabili a quelle di TPO e che la stessa è posizionata particolarmente bene per puntare ai clienti operanti nei settori della pubblicità diretta per corrispondenza e delle pubblicazioni, i quali gestiscono grandi volumi verso la Germania. Tuttavia, alla luce della disparità esistente tra le rispettive posizioni di mercato, appare improbabile che la presenza di Deutsche Post possa esercitare una significativa limitazione sull'entità costituita da TPG e TPO.
- (107) Nei Paesi Bassi, il principale effetto della concentrazione consisterebbe nell'eliminazione della concorrenza tra l'operatore dominante, TPG, e il nuovo concorrente di maggior successo.

**bb) La posizione di mercato di TPO nei Paesi Bassi**

- (108) Come illustrato nella tabella, TPO detiene una quota stimata di mercato del [10-20]\* %, compresi i clienti con macchinari di affrancatura, la quale raggiunge un massimo del [20-30]\* % escludendoli. TPO è pertanto il nuovo concorrente di maggior successo sul mercato olandese.
- (109) Le parti hanno sostenuto che TPO svolge un ruolo più limitato sul mercato dei Paesi Bassi di quanto facciano ritenere le sue quote di mercato, poiché oltre [gran parte] della posta che ritira nei Paesi Bassi è destinata al Regno Unito. Pertanto, le parti asseriscono che, nei Paesi Bassi, TPO è piuttosto un operatore di nicchia anziché un fornitore di servizi di posta in uscita, indipendentemente dalla destinazione.
- (110) Ai fini della presente decisione, la destinazione della posta non costituisce un fattore rilevante nella determinazione della forza concorrenziale di TPO o di qualsiasi altro operatore. Infatti, il fatto che quasi [una minima parte] della posta gestita da TPO non sia destinata al Regno Unito indica chiaramente che TPO fornisce un servizio più ampio e detiene una maggiore forza concorrenziale.
- (111) In secondo luogo, il volume elevato di posta che passa attraverso il canale di TPO tra i Paesi Bassi e il Regno Unito (circa [gran parte] della posta olandese gestita da TPO è destinata o passa attraverso il Regno Unito) comporta che TPO potrebbe ottenere delle economie di scala su tale percorso, riducendo significativamente le spedizioni ABB e ABC attraverso il Regno Unito, in altri termini la posta che TPO porta nel Regno Unito e successivamente spedisce in altri paesi. Anche Delta potrebbe beneficiare di tali costi ridotti e ottenere un vantaggio concorrenziale, non disponibile per gli altri consolidatori e gli OPP di paesi terzi.
- (112) A seguito della concentrazione, TPO, che è il concorrente più importante di TPG, l'OPP competente, sarebbe eliminato come concorrente e, pertanto, Delta (TPG/TPO) e Deutsche Post sarebbero gli unici due operatori a disporre della rete e delle risorse necessarie per competere sul mercato olandese della posta transfrontaliera aziendale in uscita. Tuttavia, alla luce della disparità esistente tra le rispettive posizioni di mercato, appare improbabile che la presenza di Deutsche Post possa esercitare una significativa limitazione sull'entità costituita da TPG e TPO.

**cc) Barriere all'accesso**

- (113) Le barriere all'accesso al mercato olandese sono relativamente elevate. Sebbene l'accesso non richieda investimenti con notevoli costi non recuperabili, d'altro canto un concorrente economicamente efficiente necessita di un accesso immediato ai volumi.
- (114) Il volume costituisce un fattore importante per la gestione di un servizio di posta transfrontaliera in uscita.

La redditività di una rete postale, nazionale o europea, dipende largamente dai volumi che l'operatore è in grado di generare. Ciò vale per ogni fase del processo, cioè ritiro, trasporto e consegna. A condizione che la rete sia attiva, ogni articolo spedito attraverso di essa genera ricavi più di quanto non produca costi, poiché, una volta sostenuto il costo dell'investimento per l'allestimento della rete, i costi marginali variano di poco, se si gestiscono 100 000 o 200 000 articoli.

- (115) I clienti e, con essi, i volumi si acquisiscono grazie a un miglior rapporto prezzi/servizi o mediante l'acquisizione di operatori esistenti sul mercato. A tale scopo, un nuovo concorrente deve disporre di risorse e di una rete di distribuzione consolidata che gli consenta di attirare i clienti con offerte più vantaggiose. Altrimenti, i nuovi concorrenti devono acquistare quote di mercato, acquisendo operatori già esistenti.
- (116) A causa del numero ristretto di consolidatori e delle scarse quote di mercato da essi detenute, i consolidatori non agevolano l'accesso al mercato olandese agli operatori potenziali. Data tale mancanza di consolidatori sul mercato olandese, l'unico mezzo per entrare sul mercato consiste nell'acquisire i clienti su base incrementale. Ciò rallenta notevolmente il processo di accesso, con conseguenti effetti negativi sulla sua efficienza a causa della carenza di volumi. Inoltre, la posizione relativamente debole dei consolidatori rende più difficile per i clienti aziendali passare da TPG ad altri fornitori di servizi di posta transfrontaliera in uscita.

**dd) Dimensioni del mercato olandese**

- (117) Benché il mercato olandese sia il quinto in Europa, esso è relativamente piccolo. Indipendentemente dai confini precisi del mercato rilevante per il prodotto, il mercato olandese è circa un quarto di quello del Regno Unito. Esso inoltre non ha i vantaggi geografici, rappresentati da un comodo aeroporto con collegamenti diretti con gran parte del mondo, in grado di competere con i vantaggi dell'aeroporto Heathrow di Londra esposti precedentemente.
- (118) Pertanto, per i potenziali nuovi concorrenti, gli incentivi ad impegnarsi per acquisire una posizione sul mercato dei Paesi Bassi che consenta loro di risultare competitivi nel futuro mercato liberalizzato comprendente un'area geografica superiore a quella attuale, sono scarsi. È quindi improbabile che il rafforzamento della posizione di TPG nei Paesi Bassi, conseguente alla presente operazione, possa cambiare in futuro, a causa delle dinamiche interne del mercato.

**ee) Discriminazione di altri a favore di Delta e NewCo**

- (119) [Descrizione delle norme contenute nei contratti stipulati da TPG con TNT e i consolidatori]\*.

(120) Con le informazioni in possesso della Commissione, non è stato possibile accertare se le condizioni concesse a TNT possano essere pienamente motivate sulla base dei costi. Tuttavia, è chiaro che, contrariamente al Regno Unito, nei Paesi Bassi i termini e le condizioni tra i consolidatori e TPG non sono fissati da un contratto altrettanto aperto quanto il contratto Duet. Sul mercato manca quindi la trasparenza, presente invece nel Regno Unito. Pertanto, è più difficile raccogliere prove riguardo alla discriminazione e gli incentivi a non discriminare sono proporzionalmente più bassi.

(121) La Commissione ritiene pertanto che la concentrazione non solo rafforzerà gli incentivi di TPG a favorire le attività svolte dal proprio consolidatore, TNT, ma la mancanza di trasparenza del mercato consentirà a TPG di estendere il trattamento privilegiato anche a Delta, aggravando ulteriormente la situazione concorrenziale che gli altri operatori si trovano ad affrontare sul mercato olandese.

#### ff) Paesi Bassi — Sintesi

(122) Le precedenti argomentazioni indicano che la concentrazione determinerà un rafforzamento di una posizione dominante che costituirà un significativo impedimento a un'efficace concorrenza sul mercato della posta transfrontaliera aziendale in uscita nei Paesi Bassi.

#### 2. PACCHI TRANSFRONTALIERI IN USCITA

(123) Sulla base della definizione del mercato del prodotto fornita dalle parti, vale a dire un mercato per il servizio expedited, l'operazione non determinerebbe una posizione dominante.

(124) La quota di mercato aggregata più alta per il servizio expedited si trova in Austria con il [10-20]\* %. Sui mercati nazionali delle parti, le quote di mercato aggregate delle parti sono pari al [5-10]\* % nei Paesi Bassi e all'[1-5]\* % nel Regno Unito.

(125) Nemmeno basandosi su una definizione più ampia del mercato, comprendente sia il servizio expedited sia quello standard, l'operazione determinerebbe una posizione dominante. Le parti, fatta eccezione per i loro paesi d'origine, non operano nella fornitura di servizi di pacchi standard. In un mercato comprendente servizi expedited e standard, le quote di mercato congiunte delle parti sono pari al [20-30]\* % nei Paesi Bassi e appena superiori all'[1-5]\* % nel Regno Unito.

#### VI. IMPEGNI ASSUNTI DALLE PARTI

(126) Il 27 febbraio 2001, le parti si sono offerte di assumere determinati impegni, allo scopo di eliminare le riserve in materia di concorrenza, espresse dalla Commissione

nella comunicazione delle obiezioni e mantenute nella presente decisione riguardo ai Paesi Bassi. Il testo integrale degli impegni definitivi è riportato all'allegato II che costituisce parte integrante della presente decisione.

#### A. SINTESI DEGLI IMPEGNI

(127) Gli impegni che le parti si sono offerte di assumere consistono nella cessione delle attività di TNT International Mail nei Paesi Bassi.

#### 1. L'ATTIVITÀ

(128) L'attività da cedere è quella attualmente svolta da TNT International Mail nei Paesi Bassi («TNT IM Paesi Bassi»). Si tratta della parte di TPG nei Paesi Bassi che doveva inizialmente confluire nella joint venture Delta. Le parti dichiarano che l'attività da cedere consiste nelle immobilizzazioni materiali e immateriali (escluso il marchio) di TNT IM Paesi Bassi per quanto riguarda i servizi di posta transfrontaliera in uscita nei Paesi Bassi e comprende l'avviamento, in particolare l'elenco dei clienti, il know-how e il personale coinvolto nell'attività, oltre a tutti i beni e le strutture, utilizzati per la stessa.

#### 2. MISURE ATTE A GARANTIRE LA CESSIONE DELL'ATTIVITÀ

##### a) Accesso alla rete

(129) L'attività da cedere consiste nella fornitura di servizi di posta transfrontaliera in uscita dai Paesi Bassi. Ai fini della fornitura di tale servizio, TNT IM Paesi Bassi ha in essere una rete di accordi sia a monte (in larga misura con TPG per il ritiro della posta) sia a valle, per il trasporto (con imprese di autotrasporti e compagnie aeree) e il recapito (con gli OPP riceventi o altre società di recapito). Secondo le parti, oltre [una gran parte]\* dei costi di tale attività sono esternalizzati. Affinché l'eventuale acquirente di tale attività, sprovvisto di una simile rete, possa competere efficacemente con TPG sin dalla data della vendita, è essenziale che TPG consenta all'attività di continuare a beneficiare della sua rete di accordi per un periodo transitorio e che l'acquirente possa dimostrare che, al termine del periodo transitorio, la sua rete potrà essere o diventare simile a quella di TPG.

(130) Al fine di dare all'acquirente tale possibilità, le parti si impegnano a fornire all'attività ceduta la rete attualmente disponibile per TNT IM Paesi Bassi alle stesse condizioni, per un periodo di due anni dalla data della cessione. Ciò comporta i servizi attualmente forniti a TNT IM Paesi Bassi da TPG stessa, nonché quelli forniti a TNT IM Paesi Bassi da terzi con termini e condizioni negoziati dal gruppo TPG.

b) **Accesso al know-how**

- (131) L'attività si basa inoltre sul know-how. In particolare, gli aspetti tecnici del know-how sono raccolti in una matrice che fornisce le opzioni di percorso disponibili per TNT IM Paesi Bassi. Quindi, affinché l'eventuale acquirente possa competere efficacemente con TPG sin dalla data dell'acquisto, è essenziale che, per un periodo transitorio, esso ottenga un costante accesso a tale matrice di percorso a condizioni equiparabili a quelle concesse a TNT IM Paesi Bassi. Le parti si sono impegnate a concedere all'attività ceduta l'accesso a tali opzioni di percorso per un periodo di due anni dalla data della cessione.

c) **Personale**

- (132) Al fine di garantire che l'attività venga trasferita con il necessario personale, l'impegno comprende una clausola di non sollecitazione la quale prevede l'impegno a provvedere affinché il personale venga trasferito insieme all'attività e, qualora lo stesso resti a TPG, per un determinato periodo successivo alla cessione, non venga impiegato per attività concorrenti.

d) **Non concorrenza**

- (133) Le parti si sono impegnate, per un determinato periodo, a non fare concorrenza all'attività ceduta per quanto riguarda gli attuali clienti, con due eccezioni:

- i) TPG deve poter rispondere alle richieste dei clienti in virtù dell'obbligo del servizio universale impostole dalla legge olandese in quanto operatore postale olandese;
- ii) TPO o la joint venture deve poter continuare a fornire i servizi ai clienti che serve attualmente, ma che acquistano anche servizi dall'attività da cedere, fermo restando che il valore dei servizi forniti da TPO e dalla joint venture non deve essere superiore a [...]\*

e) **Nome TNT**

- (134) L'attività ceduta può qualificarsi come la precedente attività di TNT IM Paesi Bassi e, per lo stesso periodo, TPG non consentirà a terzi, compresa la joint venture, di utilizzare il nome o il logo TNT per la fornitura di servizi di posta transfrontaliera in uscita nei Paesi Bassi.

3. MODALITÀ DELLA VENDITA

a) **Approvazione dell'acquirente**

- (135) Al fine di garantire la cessione dell'attività all'acquirente, le parti hanno proposto una soluzione di approvazione

dell'acquirente, in base alla quale esse si impegnano a sospendere l'attuazione dell'operazione notificata e a non completare la concentrazione notificata, finché non verrà stipulato un contratto vincolante di compravendita con un acquirente approvato dalla Commissione. Nell'impegno assunto viene specificato un periodo relativamente breve, entro il quale ciò deve essere realizzato.

b) **Clausola di segnalazione**

- (136) Le parti hanno inserito nei propri impegni una «clausola di segnalazione», la quale dà alla Commissione, dietro ragionevole richiesta delle parti, la possibilità di riesaminare l'entità degli impegni. Tale clausola è finalizzata ad estendere il periodo della cessione, a rinunciare ad una o più condizioni e obblighi previsti dagli impegni e a consentire alla Commissione di accettare una cessione che non comprenda la totalità dell'attività.

4. CONSERVAZIONE TEMPORANEA DELL'ATTIVITÀ DA CEDERSI

- (137) TPG si è impegnata a mantenere la piena efficienza economica, commerciabilità e competitività dell'attività per tutto il periodo della cessione. Ciò non comprende tuttavia l'impegno a tenere l'attività separata dalle attività mantenute da TPG né a garantire che la stessa venga gestita come un'azienda distinta e vendibile, come previsto nella comunicazione concernente le misure correttive<sup>(14)</sup>. Sono state invece proposte le norme abituali riguardanti la nomina di un fiduciario che sovrintenda all'adempimento di tali misure.

B. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

1. ATTIVITÀ DI TPO NEI PAESI BASSI

- (138) Il risultato dell'operazione consisterà nella combinazione delle attività di TPG con quelle di TPO nei Paesi Bassi. A un primo esame, la cessione delle attività di TPO nei Paesi Bassi eliminerebbe completamente la sovrapposizione, ripristinando la situazione antecedente la concentrazione. Tuttavia, la quota di mercato dell'attività di TPO non rispecchia pienamente la sua posizione di mercato e, sebbene l'attività di TPO detenga una quota di mercato superiore a TNT IM Paesi Bassi, essa non costituisce una valida opzione per quanto riguarda la cessione.

- (139) L'attività di TPO nei Paesi Bassi non costituisce un'azienda indipendente e autosufficiente, poiché si avvale quasi interamente delle infrastrutture, della posizione di mercato e della reputazione di TPO nel Regno Unito e del suo marchio Royal Mail. A tale proposito, appaiono rilevanti cinque fattori principali.

<sup>(14)</sup> Punto 51 della comunicazione della Commissione concernente le misure correttive considerate adeguate a norma del regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio e del regolamento (CE) n. 447/98 della Commissione (GU C 68 del 2.3.2001, pag. 3).

(140) In primo luogo, [gran parte] (in termini di valore) e [gran parte] (in termini di volume) dell'attività di TPO nei Paesi Bassi è destinata al Regno Unito. Poiché la distribuzione di questa posta nel Regno Unito rientra nel monopolio postale di cui TPO gode in quel paese, la sua filiale olandese si limita ad alimentare la Royal Mail di TPO.

(141) In secondo luogo, attualmente l'attività svolta da TPO nei Paesi Bassi si avvale largamente dell'infrastruttura della casa madre TPO nel Regno Unito. Praticamente, essa non dispone di infrastrutture nei Paesi Bassi. Data la minor percentuale di posta olandese di TPO non destinata al Regno Unito, essa viene quasi interamente distribuita attraverso TPO nel Regno Unito e inserita in una quota di invii contenente prevalentemente posta destinata al Regno Unito.

(142) In terzo luogo, tramite la presenza di TPO nei Paesi Bassi, i clienti possono acquistare i servizi di posta transfrontaliera in uscita direttamente dal distributore finale.

(143) In quarto luogo, il marchio Royal Mail è importante. Molti dei clienti di TPO nei Paesi Bassi acquistano i servizi da TPO, in quanto vogliono che la posta con destinazione nel Regno Unito abbia un segno di riconoscimento del Regno Unito che li faccia apparire come una società locale.

(144) In quinto luogo, la quota di mercato di TPO nei Paesi Bassi viene raggiunta con una base di clientela che non è molto stabile. [Una parte consistente]\* del suo fatturato viene conseguita con un grande cliente che si avvale anche di altri concorrenti per le sue esigenze di posta transfrontaliera in uscita. Se tale cliente dovesse abbandonare TPO nei Paesi Bassi, la quota di mercato di quest'ultima si [ridurrebbe significativamente]\*. L'eventualità che questo cliente, che ha scelto di stipulare un contratto diretto con Royal Mail, mantenga i rapporti con una TPO Paesi Bassi ceduta è quindi altamente incerta. TPO Paesi Bassi ha una base totale di clientela inferiore a [...]\*.

(145) Alla luce delle precedenti ragioni e data la mancanza di contratti a lungo termine in questo settore, un'eventuale cessione che elimini i vantaggi del legame diretto tra TPO nel Regno Unito e la sua filiale olandese, eroderebbe la base della clientela. Una quota di mercato, equivalente a quella attualmente detenuta sarebbe quindi insostenibile. Tale risultato sarebbe aggravato dal fatto che entrambe le case madri della joint venture sono gli operatori postali competenti e dominano rispettivamente i mercati dei mittenti e dei destinatari.

## 2. EFFETTI DELLA CESSIONE PROPOSTA SULLA POSIZIONE DI MERCATO

(146) La seguente tabella [colonna (1) comprendente i macchinari di affrancatura, colonna (2) esclusi i macchinari di

affrancatura] illustra la ripartizione delle quote di mercato successiva alla fusione, tenendo conto degli effetti della prevista cessione di TNT IM Paesi Bassi.

Tabella 2

### Mercato olandese 1999 della posta transfrontaliera aziendale in uscita suddiviso per valore

Concorrente	Posta transfrontaliera aziendale in uscita	
	(1) compresi i macchinari di affrancatura	(2) esclusi i macchinari di affrancatura
Valore totale del mercato	EUR [...] * m	EUR [...] * m
TPG (attività mantenute)	[70-80]* %	[40-50]* %
TPG (attività confluite)	[10-20]* %	[20-30]* %
<b>TPO/TPG insieme</b>	<b>[80-90]* %</b>	<b>[60-70]* %</b>
TNT IM Paesi Bassi (attività ceduta)	[5-10]* %	[10-20]* %
Totale gruppo Deutsche Post (con DHL)	[5-10]* %	[10-20]* %
Overseas Courier Service	[1-5]* %	[1-5]* %
Dumaco	[1-5]* %	[1-5]* %
Mercury	[1-5]* %	[1-5]* %
Altri	[1-5]* %	[5-10]* %

Quote di mercato che tengono conto degli effetti dell'operazione, sulla base della replica delle parti alla comunicazione delle obiezioni e rettifiche, eliminando la stima delle parti relativa al fatturato ottenuto da Deutsche Post a fronte di un contratto, scorrettamente classificato come posta transfrontaliera in uscita dai Paesi Bassi.

(147) Comprendendo i clienti con macchinari di affrancatura, nel 1999 TPG aveva una quota di mercato pari al [70-80]\* % nei Paesi Bassi, sulla quale TNT incideva per [5-10]\* punti percentuali. Con l'aggiunta della quota di mercato di TPO pari al [10-20]\* % la quota successiva alla concentrazione ammonterebbe al [80-90]\* %. La cessione prevista ridurrà tale quota dall'[80-90]\* % [in misura del 5-10]\* %.

(148) Escludendo i clienti con macchinari di affrancatura, nel 1999 TPG aveva una quota di mercato pari al [50-60]\* % nei Paesi Bassi, sulla quale TNT IM Paesi Bassi incideva per [10-20]\* punti percentuali. Con l'aggiunta della quota di mercato di TPO pari al [20-30]\* % la quota successiva alla concentrazione ammonterebbe al [70-80]\* %. La cessione prevista ridurrà tale quota dal [70-80]\* % [in misura del 10-20]\* %.



(149) Mentre l'operazione avrà comunque la conseguenza di eliminare TPO quale maggiore concorrente di TPG, come specificato precedentemente, la posizione di mercato di TPO è strettamente legata alla casa madre TPO. L'eliminazione di TPO quale maggiore concorrente di TPG sarà attenuata dal fatto che TPG si impegna a cedere TNT IM Paesi Bassi. Come precedentemente accennato, tale attività doveva confluire nella joint venture e, in virtù degli impegni assunti dalle parti, viene ora ceduta.

(150) Contrariamente alle attività olandesi di TPO, TNT IM Paesi Bassi opera a livello mondiale e non si avvale esclusivamente della propria casa madre per la distribuzione della posta. Essa dispone di una base di clientela eterogenea con oltre [...] clienti, nessuno dei quali è in grado di modificare considerevolmente la posizione di mercato di TNT IM Paesi Bassi, qualora questa trasferisse altrove le propria attività.

(151) L'eventuale acquirente acquisirà un'attività con una notevole quota di mercato (dal [5-10]\* % al [10-20]\* %) su entrambe le alternative di mercato, equivalente alla quota di Deutsche Post. Pertanto, se l'acquisto viene effettuato da un acquirente idoneo che abbia accesso ai volumi e disponga di una rete consolidata, simile a quella attualmente gestita da TNT, la prevista cessione di TNT IM Paesi Bassi darà origine a un concorrente economicamente efficiente delle parti nei Paesi Bassi, paese in cui, fatta eccezione per Deutsche Post, tutti gli altri concorrenti detengono quote di mercato marginali.

(152) In conclusione, il peso dell'attività ceduta di TNT IM Paesi Bassi sarà almeno superiore al contributo di TPO all'aumento della quota di mercato delle attività congiunte. Pertanto, l'attuale posizione di TPG nei Paesi Bassi non sarà rafforzata dall'operazione, a condizione che vengano attuate le modifiche.

### 3. IMPEGNI PER GARANTIRE LA CESSIONE

#### a) *Accesso alla rete e al know-how*

(153) Gli impegni prevedono l'accesso alla rete e al know-how, che costituiscono parte integrante dell'attività, per un periodo di due anni dalla cessione. Tale periodo darà all'eventuale acquirente il tempo di concludere nuovi accordi di collaborazione con vari fornitori di servizi, quali linee aeree, OPP e operatori postali indipendenti, e di sviluppare il necessario know-how, previsto dalla matrice di percorso.

(154) Affinché, al termine del periodo transitorio, l'acquirente possa gestire l'attività ceduta come un concorrente indipendente ed economicamente efficiente, esso deve soddisfare numerosi criteri. Esso dovrà essere in grado di istituire la propria rete per i servizi a monte e a valle, che, durante il periodo transitorio, vengono provvisoriamente forniti all'attività ceduta da TPG o tramite la

stessa. L'acquirente dovrà essere inoltre in grado di generare il necessario volume di posta che gli consenta di acquistare servizi in rete, i quali a loro volta gli consentono di vendere i propri servizi a prezzi competitivi. Tali volumi devono essere tali da consentire all'attività ceduta di vendere i propri servizi di posta transfrontaliera in uscita a prezzi competitivi rispetto a quelli attualmente praticati da TNT IM Paesi Bassi. Ciò implica, inoltre, che l'acquirente deve poter offrire la distribuzione della posta a prezzi competitivi a livello globale, come fa attualmente TNT IM Paesi Bassi, e non solo per determinati percorsi, su cui potrebbe essere particolarmente competitivo. Se l'attività ceduta non fosse più in grado di offrire ai clienti i prezzi e i servizi attualmente offerti da TNT IM Paesi Bassi, essa perderebbe subito la sua base di clientela e la sua capacità di stare sul mercato. Poiché i contratti non sono a lungo termine e non prevedono l'esclusiva, i clienti possono passare a fornitori di servizi, in grado di offrire il miglior pacchetto prezzo/servizio e certamente lo faranno.

(155) Il successo della misura correttiva dipende in larga misura dalle caratteristiche dell'acquirente. L'attuale proposta è sufficiente a garantire che un acquirente economicamente efficiente abbia la possibilità di continuare l'attività nel breve periodo e di svilupparla a lungo termine.

#### b) *Personale*

(156) La clausola di non sollecitazione ha soprattutto lo scopo di proteggere l'avviamento e il know-how, racchiusi nel personale dell'attività ceduta. Quest'ultima fornisce servizi di posta transfrontaliera in uscita ai clienti ed è quindi una società di servizi. Le immobilizzazioni materiali non costituiscono pertanto un elemento essenziale dell'attività, come avviene nelle industrie produttive. L'attività è invece costituita dall'avviamento e dal know-how, in gran parte rappresentati dal personale. Come precedentemente illustrato, i rapporti con i clienti sono volatili. L'esperienza e i contatti con i clienti consolidati sono quindi essenziali in tali circostanze. Ciò è garantito dalla prevista cessione. Tuttavia, anche l'importanza del personale, cui si fa riferimento nel presente paragrafo, costituisce una parte significativa del quadro, nell'ambito del quale la Commissione deve giudicare un'eventuale richiesta delle parti e dell'acquirente previsto di accettare una cessione senza trasferimento del personale (cfr. in seguito).

#### c) *Non concorrenza*

(157) Con l'impegno a non fare concorrenza all'attività ceduta per quanto riguarda gli attuali clienti, per il periodo previsto, si intende proteggere l'attuale avviamento dell'attività ceduta.

- (158) L'eccezione relativa all'obbligo del servizio universale garantisce che TPG, tramite il proprio operatore postale nazionale PTT Post, possa soddisfare i requisiti di legge per quanto riguarda l'obbligo del servizio universale. La legislazione olandese consente a PTT Post di adempiere l'obbligo del servizio universale, offrendo ai clienti contratti negoziati individualmente anziché tariffe standard e sconti. Nel farlo, PTT Post non deve agire in modo discriminatorio. Ciò può comportare l'obbligo, per PTT Post, di stipulare tali contratti con i clienti, su richiesta degli stessi, a condizione che simili contratti siano già esistenti. In conformità alle condizioni degli impegni assunti, il fiduciario è investito dei necessari poteri, in particolare del potere di sorvegliare l'adempimento e imporre l'adozione di misure, atte a garantire il rispetto del presente obbligo e soprattutto ad impedirne l'elusione. Ciò garantirà che la presente eccezione non consenta a TPG di eludere l'obbligo di non concorrenza.
- (159) Come precedentemente illustrato, esiste un'altra eccezione riguardante i clienti che attualmente trattano sia con TNT IM Paesi Bassi sia con TPO nei Paesi Bassi. Tale eccezione limita il fatturato che TPO e la joint venture possono continuare a conseguire con ciascuno di tali clienti [...]\*. L'ambito di tale eccezione è quindi chiaramente delineato e preserverà lo status quo per quanto riguarda tali clienti; è quindi improbabile che possa costituire una minaccia per l'avviamento da cedere.

#### d) *Nome TNT*

- (160) Grazie al diritto conferito all'attività ceduta di qualificarsi come la precedente attività di TNT International Mail e all'obbligo imposto alle parti di non presentarsi come TNT, si agevola il passaggio dalla fornitura dei servizi a cura di TNT IM Paesi Bassi all'eventuale acquirente. Pertanto, l'acquirente dovrebbe essere in grado di affermarsi come un valido concorrente sul mercato olandese della posta transfrontaliera aziendale in uscita.

#### 4. MODALITÀ DELLA VENDITA

##### a) *Approvazione dell'acquirente*

- (161) L'approvazione dell'acquirente e la soluzione proposta dalle parti, la quale prevede un termine di breve durata per la cessione, porranno il rischio della cessione e, con esso, lo svincolo dell'operazione, interamente a carico delle parti. Qualora esse non trovino un acquirente che soddisfi le varie condizioni precedentemente illustrate e i requisiti per l'approvazione da parte della Commissione entro un breve periodo di tempo, la presente decisione di svincolo condizionale si intenderà annullata.

##### b) *Clausola di segnalazione*

- (162) Mediante la clausola di segnalazione, precedentemente illustrata, le parti intendono consentire alla Commissione di approvare un eventuale contratto di vendita che non comprenda la totalità dell'attività precedentemente descritta. Le parti ritengono che vi siano potenziali acquirenti che non desiderano acquistare l'intera attività, in quanto già in possesso del personale e delle infrastrutture necessarie. Nella valutazione di un'even-

tuale richiesta delle parti di applicazione della clausola di segnalazione, la Commissione dovrà esaminare molto attentamente la vendita, per verificare se la stessa costituisca una cessione dell'attività e se quest'ultima sia economicamente efficiente. A tale proposito, la posizione del potenziale acquirente sul mercato e in particolare il suo accesso ai volumi, alle reti e a personale competente nei Paesi Bassi, acquisterà un'importanza essenziale.

#### 5. CONSERVAZIONE TEMPORANEA DELL'ATTIVITÀ DA CEDERSI

- (163) Le parti hanno sostenuto che il requisito della separazione indicato nella comunicazione concernente le misure correttive non sarebbe necessario nel caso presente, poiché gli altri impegni assunti, ovvero quello di mantenere la piena efficienza economica e concorrenziale dell'attività e quello di nominare un fiduciario che sovrintenda all'adempimento dell'impegno assunto, sono sufficienti ad evitare la necessità di assumere un impegno a mantenere l'attività separata.
- (164) Il fondamento alla base delle misure di separazione espone nella comunicazione concernente le misure correttive consiste nel proteggere l'attività da separarsi, garantendo che essa disponga di una gestione qualificata e indipendente e che il rischio che informazioni commerciali riservate siano trasferite all'attività mantenuta dalle parti sia limitato. La Commissione ritiene che, nella presente operazione, tali interessi siano tutelati dall'impegno a non ultimare l'operazione, finché la Commissione non avrà approvato l'acquirente ed a farlo in un breve periodo di tempo. Ciò garantisce una limitazione dei rischi che l'impegno della separazione intende evitare.

#### 6. CONCLUSIONE

- (165) Alla luce di quanto sopra, la Commissione conclude che gli impegni assunti dalle parti sono sufficienti a rimuovere le riserve in materia di concorrenza, sollevate dalla Commissione nell'ambito dell'indagine relativa all'operazione progettata, a condizione che le parti adempiano i seguenti impegni, soggetti a modifiche da parte della Commissione in conformità al paragrafo 12 dell'allegato II:

- l'impegno di cessione e sospensione previsto ai paragrafi 1 e 2 dell'allegato II;
- l'impegno al mantenimento dell'efficienza dell'attività ceduta, previsto al paragrafo 3 dell'allegato II;
- il meccanismo per il trasferimento del personale previsto nelle prime due frasi del paragrafo 5 dell'allegato II;
- l'accesso alla rete, previsto al paragrafo 6, lettere i) e ii), dell'allegato II;
- il completamento della procedura di cessione, previsto al paragrafo 7, comma, prima frase e comma, frase che recita «a condizione che ... approvato dalla Commissione» dell'allegato II;

- f) l'acquisto dell'attività ceduta da parte di un acquirente che soddisfi i criteri previsti al paragrafo 7, terzo comma, prime due frasi, dell'allegato II; e
- g) l'adempimento di qualsiasi provvedimento, imposto dal fiduciario per ottenere che le parti adempiano ai propri impegni, come indicato al paragrafo 10, lettera i)b), dell'allegato II.
- (166) I suddetti elementi dell'impegno costituiscono le condizioni sine qua non (fatte salve le eventuali modifiche di cui al paragrafo 12 dell'allegato II), atte a garantire il perseguimento della modifica strutturale sul mercato rilevante.
- (167) I restanti elementi dell'impegno costituiscono obblighi (fatte salve le eventuali modifiche di cui al paragrafo 12 dell'allegato II) riguardanti i provvedimenti attuativi, necessari per il perseguimento della modifica strutturale prevista, vale a dire in particolare:
- a) gli obblighi di non concorrenza di cui al paragrafo 4 dell'allegato II;
- b) gli impegni relativi al personale, fatta eccezione per le prime due frasi del paragrafo 5 dell'allegato II;
- c) l'assistenza tecnica, amministrativa e operativa e il riferimento al nome della precedente attività di cui al paragrafo 6, lettere iii), iv) e v), dell'allegato II;
- d) la procedura di cessione descritta ai paragrafi 7 e 8 dell'allegato II, fatta eccezione per la parte cui si fa riferimento al paragrafo 165 della decisione;
- e) le norme relative al fiduciario (capitolo D) fatta eccezione per la parte cui si fa riferimento al paragrafo 165.

## VII. CONCLUSIONE

- (168) Alla luce di quanto sopra e fatto salvo l'adempimento delle condizioni e degli obblighi previsti negli impegni di cui all'allegato II, l'operazione progettata non determina né rafforza una posizione dominante, in grado di impedire in misura rilevante un'efficace concorrenza nel SEE o in parti essenziali dello stesso. L'operazione è pertanto dichiarata compatibile con il mercato comune e l'accordo SEE ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 2, del regolamento (CEE) n. 4064/89,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

### Articolo 1

L'operazione notificata, mediante la quale le imprese The Post Office, Regno Unito, TNT Post Group NV, Paesi Bassi, e Singapore Post Private Limited, Singapore, acquisiscono, ai

sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (CEE) n. 4064/89, il controllo congiunto di due nuove joint venture note come «Delta» e «NewCo», è compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE.

### Articolo 2

L'applicazione dell'articolo 1 è subordinata all'adempimento delle seguenti condizioni, passibili di modifica da parte della Commissione a norma del paragrafo 12 dell'allegato II:

- a) l'impegno di cessione e sospensione previsto ai paragrafi 1 e 2 dell'allegato II;
- b) l'impegno al mantenimento dell'efficienza dell'attività ceduta, previsto al paragrafo 3 dell'allegato II;
- c) il meccanismo per il trasferimento del personale previsto nelle prime due frasi del paragrafo 5 dell'allegato II;
- d) l'accesso alla rete, previsto al paragrafo 6, lettere i) e ii), dell'allegato II;
- e) il completamento della procedura di cessione, previsto al paragrafo 7, comma, prima frase e comma, frase che recita «a condizione che ... approvato dalla Commissione» dell'allegato II;
- f) l'acquisto dell'attività ceduta da parte di un acquirente che soddisfi i criteri previsti al paragrafo 7, terzo comma, prime due frasi, dell'allegato II; e
- g) l'adempimento di qualsiasi provvedimento, imposto dal fiduciario per ottenere che le parti adempiano ai propri impegni, come indicato al paragrafo 10, lettera i)b), dell'allegato II.

### Articolo 3

L'applicazione dell'articolo 1 è altresì subordinata all'adempimento dei seguenti obblighi, passibili di modifica da parte della Commissione a norma del paragrafo 12 dell'allegato II:

- a) gli obblighi di non concorrenza di cui al paragrafo 4 dell'allegato II;
- b) gli impegni relativi al personale, fatta eccezione per le prime due frasi del paragrafo 5 dell'allegato II;
- c) l'assistenza tecnica, amministrativa e operativa e il riferimento al nome della precedente attività di cui al paragrafo 6, lettere iii), iv) e v), dell'allegato II;
- d) la procedura di cessione descritta ai paragrafi 7 e 8 dell'allegato II, fatta eccezione per la parte cui si fa riferimento all'articolo 2 della presente decisione;
- e) le norme relative al fiduciario (capitolo D) fatta eccezione per la parte cui si fa riferimento all'articolo 2 della presente decisione.

*Articolo 4*

Destinatari della presente decisione sono:

The Post Office  
148 Old Street  
London EC1V 9HQ  
Regno Unito

TNT Post Group NV  
41-63 Neptunusstraat  
2132 JA Hoofddorp  
Paesi Bassi

Singapore Post Private Limited  
31 Exeter Road  
Singapore 239732

Fatto a Bruxelles, il 13 marzo 2001.

*Per la Commissione*  
Mario MONTI  
*Membro della Commissione*

---

*ALLEGATO I*

Il grafico esplicativo può essere consultato sul seguente sito web della Commissione:  
[http://europa.eu.int/comm/competition/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html)

---

*ALLEGATO II*

Il testo integrale in lingua originale delle condizioni e oneri di cui agli articoli 2 e 3 può essere consultato sul seguente sito web della Commissione:  
[http://europa.eu.int/comm/competition/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html)

---

**DECISIONE DELLA COMMISSIONE****del 17 ottobre 2001****che dichiara una concentrazione incompatibile con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE****(Caso COMP/M.2187 — CVC/Lenzing)***[notificata con il numero C(2001) 3121]***(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)****(Testo rilevante ai fini del SEE)**

(2004/237/CE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto l'accordo sullo spazio economico europeo («accordo SEE»), in particolare l'articolo 57,

visto il regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese <sup>(1)</sup>, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1310/97 <sup>(2)</sup>, in particolare l'articolo 8, paragrafo 3,

vista la decisione del 22 giugno 2001 con la quale la Commissione ha iniziato il procedimento nel presente caso,

dopo aver dato alle imprese interessate la possibilità di presentare le proprie osservazioni in merito alle obiezioni da essa formulate,

sentito il comitato consultivo in materia di concentrazioni <sup>(3)</sup>,vista la relazione finale del consigliere-auditore nel presente procedimento <sup>(4)</sup>,

considerando quanto segue:

- (1) Il 4 maggio 2001 è stato notificato alla Commissione, a norma dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 («regolamento sulle concentrazioni»), un progetto di concentrazione con la quale l'impresa CVC Capital Partners Group Ltd («CVC») intende acquisire indirettamente, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del suddetto regolamento, il controllo dell'insieme dell'impresa austriaca Lenzing AG («Lenzing») mediante acquisto di azioni.
- (2) Dopo aver esaminato la notificazione, la Commissione ha constatato che l'operazione progettata rientra nel campo d'applicazione del regolamento sulle concentrazioni, come da ultimo modificato, e solleva seri dubbi in ordine alla sua compatibilità con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE.

<sup>(1)</sup> GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1; versione rettificata: GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13.

<sup>(2)</sup> GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1.

<sup>(3)</sup> GU C 69 del 19.3.2004.

<sup>(4)</sup> GU C 69 del 19.3.2004.

- (3) A seguito di un esame approfondito, la Commissione è giunta alla conclusione che il progetto di concentrazione è atto a creare o rafforzare una posizione dominante da cui risulti che una concorrenza effettiva sia ostacolata in modo significativo nel mercato comune e nel territorio coperto dall'accordo SEE.

#### I. LE PARTI

- (4) CVC fornisce servizi di consulenza e di gestione a fondi di investimento. Detiene partecipazioni di maggioranza in oltre 70 imprese, tra le quali figura il gruppo Acordis<sup>(5)</sup>, che opera nel settore delle fibre sintetiche e artificiali e dei materiali speciali per applicazioni industriali, tessili, mediche e di igiene.
- (5) Lenzing è attiva nella commercializzazione e produzione di fibre artificiali cellulosiche per applicazioni tessili e non tessili, nei servizi di engineering e nella produzione di pellicole di plastica e di carta.

#### II. L'OPERAZIONE

- (6) Per acquisire il controllo esclusivo di Lenzing, un veicolo di acquisizione austriaco controllato da CVC, costituito con la denominazione di Zellulosefaser Beteiligungsgesellschaft mbH, acquisterà la partecipazione di maggioranza in Lenzing detenuta da Bank Austria. Al completamento dell'operazione, CVC intende inoltre trasferire a Zellulosefaser Beteiligungsgesellschaft mbH la sua partecipazione azionaria in alcune controllate di Acordis, comprese le attività di quest'ultima riguardanti le fibre di viscosa in fiocco, il lyocell (Tencel), i filati di viscosa per uso tessile (Enka), i filati di viscosa per uso industriale (Cordenka) e gli impianti di produzione di fibre acriliche di Acordis a Kelheim (Germania) e Grimsby (Regno Unito). L'accordo vincolante di acquisto di azioni e obbligazioni convertibili del 14 febbraio 2001 giungerà a scadenza e perderà validità qualora l'operazione progettata non abbia ottenuto la necessaria autorizzazione entro il [...] (\*).

#### III. LA CONCENTRAZIONE

- (7) CVC intende acquisire indirettamente il controllo dell'insieme dell'impresa Lenzing. L'operazione notificata costituisce quindi una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni.

#### IV. DIMENSIONE COMUNITARIA

- (8) Il fatturato totale realizzato a livello mondiale dalle imprese interessate è superiore a 5 miliardi di EUR (nel 2000, [...] milioni di EUR per CVC e [...] milioni di EUR per Lenzing). Ciascuna delle imprese realizza individualmente nella Comunità un fatturato superiore a 250 milioni di EUR (nel 2000, [...] milioni di EUR per CVC e [...] milioni di EUR per Lenzing), ma le imprese non realizzano oltre i due terzi del loro fatturato totale nella Comunità all'interno di un solo e medesimo Stato membro<sup>(6)</sup>. L'operazione notificata ha quindi dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento sulle concentrazioni e costituisce inoltre un caso oggetto di cooperazione nel quadro dell'accordo SEE, ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, lettera c), del protocollo 24 dell'accordo medesimo.

#### V. PROCEDURA

- (9) Il 30 maggio 2001 le parti hanno proposto impegni ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 2, del regolamento sulle concentrazioni al fine di ottenere l'autorizzazione dell'operazione notificata nella prima fase della procedura. In conseguenza di tale proposta di impegni, il periodo di esame preliminare di cui all'articolo 10, paragrafo 1, del regolamento sulle concentrazioni è stato prorogato da un mese a sei settimane.

(\*) Le parti del presente testo racchiuse tra parentesi quadre e contrassegnate da un asterisco corrispondono a modifiche o omissioni volte ad impedire la divulgazione di informazioni riservate.

(5) Cfr. decisione della Commissione del 20 dicembre 1999 nel caso COMP/M.1755 — CVC/Acordis (GU C 30 del 2.2.2000, pag. 7); (cedente: Akzo Nobel), nonché la decisione della Commissione del 30 giugno 1998 nel caso IV/M.1182 — Akzo Nobel/Courtaulds (GU C 265 del 22.8.1998, pag. 28) e la decisione della Commissione del 19 dicembre 1991 nel caso IV/M.113 — Courtaulds/Snia (GU C 333 del 24.12.1991, pag. 16.).

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

- (10) Il 22 giugno 2001 la Commissione ha deciso di iniziare il procedimento ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni.
- (11) Il 9 agosto 2001 la Commissione ha trasmesso alla parte notificante una comunicazione a norma dell'articolo 18 del regolamento sulle concentrazioni e del protocollo 21 dell'accordo SEE («la comunicazione delle obiezioni»). Dopo aver ottenuto accesso al fascicolo della Commissione in data 13 agosto 2001, la parte notificante ha presentato, il 29 agosto 2001, una risposta congiunta di CVC, Acordis e Lenzing alla comunicazione delle obiezioni («la risposta»). Il 21 agosto 2001 CVC ha comunicato al consigliere-auditore della Commissione la sua intenzione di rinunciare al diritto a un'audizione formale. L'11 settembre 2001 la Commissione ha trasmesso informazioni aggiuntive alla parte notificante, con le quali riepilogava alcuni elementi di fatto contenuti nel fascicolo. Con lettera del 17 settembre 2001 («la lettera»), la parte notificante ha presentato ulteriori osservazioni in merito alle suddette informazioni aggiuntive.
- (12) Il 25 settembre 2001 la parte notificante ha proposto impegni intesi ad eliminare i problemi di concorrenza identificati dalla Commissione nella comunicazione delle obiezioni. Tali impegni sono descritti ed esaminati più avanti (considerando 254 e seguenti).

## VI. COMPATIBILITÀ CON IL MERCATO COMUNE

### A. MERCATI DEL PRODOTTO RILEVANTI

#### 1. OSSERVAZIONI PRELIMINARI

- (13) La concentrazione notificata riguarda il settore delle fibre, in particolare la produzione e la commercializzazione di fibre sintetiche e artificiali per applicazioni tessili e non tessili (queste ultime sono anche dette prodotti «non tessuti» o «non filati»). Sebbene Acordis operi in diversi segmenti legati alle fibre<sup>(7)</sup>, l'unico in cui sono presenti sovrapposizioni sotto il profilo della concorrenza è il settore delle fibre cellulosiche, in particolare le fibre di viscosa in fiocco e le fibre di lyocell in fiocco. L'operazione darebbe vita al maggiore fornitore di tali fibre a livello mondiale. Poiché secondo le parti interessate alla concentrazione il mercato del prodotto comprende tutti i generi di fibre in fiocco, naturali, sintetiche e cellulosiche (ma non le fibre elementari continue), i considerandi seguenti, riguardanti la classificazione delle fibre, intendono illustrare il contesto di cui trattasi.

#### a) *Distinzione tra fibra in fiocco e filato continuo multibava*

##### **Fibra in fiocco**

- (14) La fibra in fiocco rappresenta circa il 70 % della domanda mondiale di fibre ed è tradizionalmente usata nelle applicazioni tessili. Le fibre naturali (con l'eccezione della seta), siano esse di origine animale o vegetale, sono fibre in fiocco, cioè fibre di lunghezza limitata. Il cotone e la lana, per esempio, che sono le due fibre naturali in fiocco più diffuse, sono caratterizzate da una lunghezza rispettivamente di 40 mm e 70-80 mm circa. Le fibre in fiocco o vengono filate e successivamente tessute o lavorate a maglia per applicazioni tessili, oppure vengono usate in forma non filata («non tessuta»), per esempio — tradizionalmente — come feltri o materiale d'imbottitura per cuscini, trapunte, ecc., ma di recente in una gamma ancora più vasta di applicazioni.
- (15) Le fibre sintetiche e artificiali sono state sviluppate in modo da imitare, ma anche esaltare, le proprietà delle fibre naturali. Si distinguono due tipi di tali fibre: le fibre artificiali cellulosiche

<sup>(7)</sup> Le principali attività di Acordis nel settore del filato continuo multibava sono: il filato di viscosa per uso tessile, il filato di viscosa per uso industriale, il filato di acetato per uso tessile, il filato di poliestere e il filato di poliammide per uso industriale. Acordis opera anche nel settore delle fibre acriliche in fiocco e delle fibre di carbonio per uso industriale. Poiché non sollevano problemi sotto il profilo della concorrenza, questi ultimi prodotti non sono presi in ulteriore considerazione.

(viscosa e lyocell), ottenute dalla pasta di legno, e le fibre sintetiche (poliestere, polipropilene, poliammide e acrilico), di norma prodotte su base termoplastica. Le fibre sono estruse in fasci e successivamente tagliate e trasformate in fibre in fiocco.

### **Filato continuo multibava**

- (16) Rispetto alla fibra in fiocco, il filato continuo multibava (sintetico e artificiale) è prodotto mediante un procedimento e con impianti completamente differenti, presenta caratteristiche e proprietà distinte ed è inoltre destinato ad applicazioni diverse. Sebbene in linea di principio si ottenga dalla stessa materia prima cellulosica o sintetica delle fibre artificiali e sintetiche in fiocco, il filato continuo multibava è estruso in un unico filo continuo e avvolto attorno a una bobina e può essere lungo diversi chilometri. I criteri relativi alla qualità del materiale grezzo prima dell'estrusione sono molto più severi (assenza di irregolarità e impurità) e i quantitativi prodotti sono notevolmente inferiori rispetto al settore delle fibre in fiocco; di conseguenza, il filato continuo è molto più costoso<sup>(8)</sup>. Un'applicazione principale del filato continuo di viscosa è, per esempio, il rinforzo dei pneumatici automobilistici, per il quale la resistenza del filato di fibre di viscosa in fiocco sarebbe di gran lunga insufficiente.

### **Prassi della Commissione**

- (17) In decisioni precedenti<sup>(9)</sup> la Commissione ha constatato che le fibre in fiocco e il filato continuo multibava appartenevano a mercati del prodotto diversi e questa distinzione non è stata contestata dalla parte notificante. Inoltre, non esistono sovrapposizioni orizzontali tra le parti nel settore del filato continuo: soltanto il gruppo Acordis è attivo nella produzione di diversi tipi di filato continuo artificiale cellulosico e sintetico.

#### **b) *Distinzione in base al settore di applicazione e al tipo di fibra***

- (18) In precedenti decisioni nel settore delle fibre, la Commissione ha operato un'altra distinzione fondamentale in base al settore di applicazione, riscontrando che le fibre per applicazioni tessili, per applicazioni industriali e per rivestimenti del suolo (tappeti) appartenevano a mercati del prodotto distinti<sup>(10)</sup>. Su tali mercati, la Commissione ha inoltre constatato che la distinzione andava fatta considerando le singole fibre<sup>(11)</sup>. Questo è anche l'indirizzo seguito nella disciplina degli aiuti all'industria delle fibre sintetiche del 1996<sup>(12)</sup>.

#### **c) *Definizione del mercato del prodotto proposta dalle parti***

- (19) Secondo le parti, il mercato rilevante del prodotto non comprende soltanto le fibre cellulosiche in fiocco, ma tutte le fibre artificiali in fiocco (cellulosiche e sintetiche) e le fibre naturali. Le parti sostengono che sussiste un grado elevato di sostituibilità tra le diverse categorie di fibre, in particolare tra cotone, viscosa e poliestere.

<sup>(8)</sup> A titolo di esempio, cfr. la seguente citazione tratta da un documento interno delle parti: [...]\*.

<sup>(9)</sup> Cfr. decisione della Commissione del 30 giugno 1998 nel caso IV/M.1182 — Akzo Nobel/Courtaulds e al.

<sup>(10)</sup> Cfr. decisione della Commissione del 30 settembre 1992 nel caso IV/M.214 — DuPont/ICI e al.

<sup>(11)</sup> Per esempio, nei mercati del filato continuo per uso tessile distinguendo la viscosa e l'acetato (decisione della Commissione del 19 dicembre 1991 nel caso IV/M.113 — Courtaulds/Snia e decisione della Commissione del 30 giugno 1998 nel caso IV/M.1182 — Akzo Nobel/Courtaulds), il poliestere e il poliammide (decisione della Commissione del 3 febbraio 1994 nel caso IV/M.399 — Rhône-Poulenc-Snia/Nordfaser), il poliestere e la viscosa (decisione della Commissione del 10 febbraio 1995 nel caso IV/M.533 — TWD/Akzo Nobel/Kuagtextil); sui mercati delle fibre per tappeti, distinguendo le fibre poliammidiche (nylon) e polipropilene (decisione della Commissione 93/9/CEE del 30 settembre 1992 nel caso IV/M.214 — DuPont/ICI, GU L 7 del 13.1.1993, pag. 13).

<sup>(12)</sup> GU C 94 del 30.3.1996; comunicazione della Commissione relativa alla proroga del periodo di validità (GU C 24 del 29.1.1999, pag. 18).



## 2. METODOLOGIA

- (20) La Commissione ha condotto un'indagine di mercato approfondita, che ha riguardato sia i clienti diretti delle parti sia i loro acquirenti a valle, nonché le parti stesse e i loro concorrenti. Ha ricevuto osservazioni da oltre 100 operatori consultati, i quali sono in gran parte clienti diretti delle parti. L'indagine di mercato ha permesso alla Commissione di effettuare un'analisi della situazione sia sul versante della domanda sia sul versante dell'offerta, al fine di stabilire se sia necessario o meno operare le seguenti distinzioni:
- una distinzione tra le fibre artificiali cellulosiche in fiocco (viscosa e lyocell), le fibre sintetiche in fiocco (in particolare il poliestere e il polipropilene), e le fibre naturali (in particolare il cotone),
  - una distinzione tra i diversi tipi di fibre artificiali cellulosiche in fiocco (viscosa e lyocell),
  - ulteriori distinzioni in funzione del settore di applicazione e tra categorie di acquirenti.
- (21) La Commissione ha anche esaminato numerose informazioni sui volumi di vendita delle parti e sui prezzi praticati nell'arco di diversi anni e ha effettuato un'analisi della correlazione dei prezzi e dell'elasticità rispetto al prezzo.
- (22) Le fibre che, secondo la parte notificante, costituiscono i sostituti più vicini per le fibre artificiali cellulosiche in fiocco sono il cotone, il poliestere e il polipropilene (quest'ultimo in misura molto più limitata, principalmente nel settore dei non tessuti). Il ragionamento della Commissione relativo alla definizione dei mercati del prodotto rilevanti si concentrerà quindi sulla sostituibilità tra tali fibre e le fibre di viscosa e di lyocell in fiocco, nonché sulla sostituibilità tra questi due ultimi tipi di fibre.

**Osservazioni delle parti***Tasso di risposta degli acquirenti*

- (23) Nella risposta<sup>(13)</sup>, le parti affermano che il tasso di risposta all'indagine di mercato della Commissione è ben inferiore al 50 % e gli elementi contenuti nel fascicolo non rappresentano necessariamente la reazione più ampia del mercato.
- (24) Dopo aver esaminato questo argomento, la Commissione ribadisce che i risultati dell'indagine di mercato costituiscono dati fattuali attendibili per la valutazione dell'operazione notificata. Il tasso di risposta dei clienti diretti delle parti nel SEE, i quali rivestono importanza cruciale per la valutazione degli effetti dell'operazione notificata sul mercato europeo, è ben superiore al 50 % sia in termini assoluti sia in percentuale dei volumi di vendita delle parti. Va altresì rilevato che nell'indagine di mercato della Commissione sono stati interpellati acquirenti di piccole e di grandi dimensioni in tutti i settori di attività pertinenti delle parti. I risultati si possono quindi considerare rappresentativi. Il tasso di risposta più modesto degli acquirenti situati al di fuori del SEE e degli acquirenti a valle, compresi nell'indagine di mercato a titolo puramente complementare, non incide sulla rappresentatività dell'indagine della Commissione<sup>(14)</sup>.

<sup>(13)</sup> Paragrafo 2.4. La stessa affermazione figura anche nella lettera (pag. 3), nella quale la parte notificante rileva anche un presunto «raddoppio». La Commissione ribadisce che la sua valutazione dell'indagine di mercato non è gonfiata da un doppio conteggio.

<sup>(14)</sup> Va rilevato che dei nominativi dei clienti indicati dalle parti (nella risposta si afferma siano più di 300), un numero significativo non ha potuto essere consultato nell'indagine di mercato della Commissione in quanto i dati forniti, in particolare i numeri di fax, non erano esatti. Pur avendo tempestivamente richiamato l'attenzione delle parti su questo aspetto, la Commissione non ha ricevuto informazioni corrette.

*Metodologia di applicazione del test SSNIP*

- (25) Nella lettera <sup>(15)</sup>, la parte notificante afferma che la Commissione avrebbe commesso un errore fondamentale nell'applicare il test SSNIP <sup>(16)</sup> e che l'impostazione adottata dalla Commissione nei punti 8-15 del questionario distribuito agli acquirenti nella seconda fase d'indagine sarebbe inesatta <sup>(17)</sup>. Secondo la parte notificante, i risultati di tale test ipotetico sono soggettivi, inevitabilmente arbitrari e inattendibili. Essa sostiene che i quesiti rivolti dalla Commissione ai clienti delle parti non precisano che l'incremento del prezzo di una fibra dipenderebbe dal prezzo di altre fibre e non specificano un orizzonte temporale in cui potrebbe avere luogo la sostituzione; a suo parere, un periodo adeguato è di almeno un anno. Ha inoltre affermato che i questionari non prevedono la possibilità di una riduzione del volume della produzione a base di viscosa o lyocell. La parte notificante sostiene infine che la Commissione avrebbe dovuto richiedere dati empirici sulla misura in cui gli acquirenti hanno ridotto il loro consumo di viscosa e lyocell in passato in risposta a variazioni permanenti dei prezzi relativi tra viscosa e lyocell ed altre fibre.
- (26) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione ribadisce che la sua indagine di mercato, in particolare i questionari trasmessi ai clienti delle parti durante la seconda fase d'indagine, costituisce una base attendibile ed oggettiva per la definizione dei mercati rilevanti del prodotto e per la valutazione dell'operazione notificata sotto il profilo della concorrenza. L'applicazione del test SSNIP nel presente caso è conforme alla prassi consolidata della Commissione <sup>(18)</sup>. In particolare, va rilevato che il test SSNIP è per definizione di natura ipotetica. In generale, si ipotizza un incremento permanente dei prezzi, escludendo così dal test eventuali fluttuazioni transitorie dei prezzi. Di conseguenza, i quesiti della Commissione si riferiscono esplicitamente ad incrementi «permanenti» dei prezzi. Indicare un periodo concreto per il passaggio ad altre fibre sarebbe stato arbitrario, e le parti non hanno addotto alcun motivo per cui, a loro parere, un periodo di «almeno un anno» sarebbe adeguato.
- (27) Inoltre, ciascuno dei quesiti contestati rivolti ai clienti delle parti precisa che gli ipotetici incrementi di prezzo delle fibre di viscosa in fiocco o del lyocell andavano considerati nel contesto dell'esistenza di fibre alternative; la Commissione ha esplicitamente chiesto se gli acquirenti «sostituirebbero la VSF con altri tipi di fibre» o «passerebbero dalla VSF o dal lyocell ad un altro tipo di fibra» <sup>(19)</sup>. Da quanto precede risulta evidente che l'indagine di mercato della Commissione si riferisce ad ipotetiche differenze dei prezzi relativi tra le fibre di viscosa in fiocco, il lyocell ed altri tipi di fibre. Si noti inoltre che i quesiti si riferiscono a un incremento dei prezzi solo in relazione alle VSF o al lyocell, il che rende evidente, insieme ai riferimenti ad altre fibre, che i prezzi di queste ultime sono considerati stabili.
- (28) Contrariamente a quanto asserito dalle parti, i questionari della Commissione comprendono una domanda riguardante un'eventuale riduzione del volume di produzione a base di viscosa e lyocell. È stato chiesto agli acquirenti in quale misura ridurrebbero il consumo totale di VSF o di lyocell, a seconda del caso, in risposta a un incremento dei prezzi <sup>(20)</sup>.

<sup>(15)</sup> Paragrafi 2.2 (terzo trattino), 2.16 e segg. e paragrafo 3.11.

<sup>(16)</sup> SSNIP: Small but significant, non-transitory increase in price (piccolo ma significativo incremento non transitorio del prezzo).

<sup>(17)</sup> Al punto 8 del questionario distribuito agli acquirenti nella seconda fase d'indagine si legge:

«8. (1) Per la fabbricazione dei prodotti (gruppi) summenzionati, realizzati con fibre di viscosa in fiocco, se il prezzo della fibra di viscosa in fiocco dovesse subire un aumento permanente del 5 %,

a) sostituireste il 100 % della VSF con altri tipi di fibre;  
b) ridurreste la percentuale di VSF nella mischia;  
c) cessereste la fabbricazione di questo prodotto;  
d) non introdurreste alcuna modifica?

(2) In quale misura tale provvedimento ridurrebbe il vostro consumo totale di VSF?

(3) Nel caso in cui decideste di non utilizzare altri tipi di fibre, di non ridurre la percentuale di VSF e di non cessare la produzione, in quale misura aumenterebbe il prezzo dei vostri prodotti a base di VSF?».

Il punto 9 ripete il quesito del punto 8, ma con un aumento dei prezzi del 10 %.

Il punto 10 ripete il quesito del punto 8 per i prodotti o gruppi di prodotti realizzati con il lyocell.

Il punto 11 ripete il quesito del punto 10, ma con un aumento dei prezzi del 10 %.

Al punto 15 si legge: «In generale e nel caso di un incremento permanente dei prezzi del 5-10 % passereste (del tutto o in parte) dalla VSF o dal lyocell ad un altro tipo di fibra e in che misura tale cambiamento ridurrebbe il vostro consumo di VSF o lyocell?».

<sup>(18)</sup> Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza (GU C 372 del 9.12.1997, pag. 5) (considerando 17).

<sup>(19)</sup> Cfr. nota 17. Va rilevato che il punto 15 indicava anche possibilità di sostituzione concrete, per esempio «dalle VSF al lyocell» o «dal lyocell alle VSF».

<sup>(20)</sup> Punti 8(2), 9(2), 10(2) e 11(2), del questionario distribuito agli acquirenti nella seconda fase della procedura (cfr. nota 17).

- (29) La Commissione rileva infine che la sua valutazione non si basa soltanto su un'analisi in prospettiva di un ipotetico futuro passaggio ad altre fibre, ma anche su dati empirici relativi al comportamento del mercato nel passato. Infatti, l'analisi della correlazione dei prezzi effettuata dalla Commissione (cfr. infra, in particolare considerando 72 e segg.) mirava a determinare la struttura dei fenomeni di sostituzione nel passato, in base a dati empirici forniti dalle parti stesse. (Si noti che le obiezioni sollevate dalle parti riguardo l'applicazione ai dati relativi al passato di tecniche statistiche quali la correlazione — esaminata al considerando successivo — non sono coerenti con la loro insistenza nella lettera sull'uso di dati relativi al comportamento passato, i quali, com'è ovvio, devono essere analizzati per risultare utili).

#### *Uso dei dati di correlazione*

- (30) Nella risposta <sup>(21)</sup>, le parti esprimono infine il parere che nella comunicazione delle obiezioni la Commissione abbia dato eccessivo rilievo ai dati di correlazione anziché ai casi di effettiva sostituzione. Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione non condivide il parere delle parti e commenterà più avanti l'uso dei dati di correlazione nonché la questione del passaggio ad altre fibre (cfr. paragrafi 78-79 e 110-114).

#### 3. DISTINZIONE DI BASE TRA FIBRE DI VISCOSA IN FIOCCO, FIBRE DI LYOCELL IN FIOCCO, COTONE, POLIESTERE E POLIPROPILENE

- (31) L'indagine di mercato ha rivelato che occorre operare una distinzione di base tra fibre di viscosa in fiocco, fibre di lyocell in fiocco, cotone, poliestere e polipropilene.

#### **a) Sostituibilità sul versante della domanda**

- (32) Perché due prodotti possano essere considerati sostituibili, il cliente diretto deve constatare che esiste una possibilità realistica e razionale di reagire, per esempio, ad un piccolo ma significativo incremento non transitorio del prezzo di un prodotto passando all'altro prodotto in un periodo di tempo relativamente breve. Ciascun prodotto deve essere un'alternativa ragionevole per l'altro in termini economici e tecnici <sup>(22)</sup>. Pur ammettendo che i diversi tipi di fibre siano limitatamente intercambiabili, la sostituibilità sul versante della domanda tra fibre artificiali cellulosiche ed altre fibre, e tra i due principali tipi di fibre cellulosiche (viscosa e lyocell), non è sufficiente per concludere che esse appartengono allo stesso mercato del prodotto. Questi risultati sono confermati dall'indagine di mercato.

#### **Fibra di viscosa in fiocco**

##### *Caratteristiche distintive del prodotto*

- (33) La fibra di viscosa in fiocco («VSF») è un prodotto che presenta caratteristiche molto specifiche, che la distinguono da tutte le altre fibre. Nel contesto dell'indagine di mercato condotta dalla Commissione, numerosi acquirenti hanno posto in rilievo tali caratteristiche. La principale proprietà della VSF è il suo elevato potere di assorbimento dell'umidità associato a un'elevata capacità di ritenzione dei liquidi, che superano la capacità di assorbimento di tutte le altre fibre considerate come vicini sostituiti dalla parte notificante, cioè il cotone, il poliestere e il polipropilene. Questa proprietà rende la VSF idonea ad una grande varietà di applicazioni, sia nel settore tessile (per il comfort) sia nel settore dei non tessuti (prodotti per la casa, applicazioni mediche e di igiene, prodotti per la cura personale e applicazioni industriali, quali filtri o materiale di rinforzo interno per il cuoio sintetico) <sup>(23)</sup>.

<sup>(21)</sup> Paragrafi 2.2 (terzo trattino), 2.16 e segg., e paragrafo 3.11.

<sup>(22)</sup> Cfr. decisione 93/9/CEE della Commissione, del 30 settembre 1992, nel caso IV/M.214 — DuPont/ICI (GU L 7 del 13.1.1993, pag. 13) (considerando 23); cfr. anche comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza (GU C 372 del 9.12.1997, pag. 5) (considerandi 15, 17).

<sup>(23)</sup> Ciò è confermato dal seguente passaggio contenuto in un documento interno presentato da CVC: [...]\*.

- (34) Una caratteristica che distingue la VSF dal poliestere e dal polipropilene è la sua biodegradabilità, un fattore rilevante soprattutto nel settore dei non tessuti monouso. Rispetto al cotone, la morbidezza e il drappaggio della VSF rivestono particolare importanza nel settore tessile<sup>(24)</sup>. Inoltre, la VSF presenta particolari caratteristiche di tintura che la distinguono, sia nel settore tessile sia nelle applicazioni non tessili, dal cotone e dal poliestere.
- (35) D'altro canto, la VSF presenta anche caratteristiche distintive che ne limitano l'impiego in taluni settori. Per esempio, l'elevato allungamento e la bassa tenacità della VSF allo stato bagnato la rendono inadatta al lavaggio in lavatrice nel suo stato puro. Grazie alla buona lavorabilità, la VSF è un materiale comune nelle mischie, sia con il cotone sia con il poliestere, le quali permettono di sfruttare le proprietà e ridurre al minimo gli svantaggi di ogni singola fibra. Ciò si può considerare di per sé un'indicazione del carattere distintivo della VSF, in particolare se si tiene conto del fatto che è più costosa<sup>(25)</sup> delle altre fibre: se l'uso di VSF non apportasse un valore aggiunto ai prodotti, non sarebbe utilizzata, dato il prezzo più elevato.

#### *Anelasticità della domanda*

- (36) Dall'indagine di mercato condotta dalla Commissione emerge che la sostituibilità sul versante della domanda tra VSF ed altre fibre è insufficiente per poterle includere nello stesso mercato del prodotto rilevante. Infatti, la maggioranza degli acquirenti interpellati ha dichiarato di non essere affatto in grado di sostituire la VSF nei propri prodotti. Secondo le risposte fornite, alcuni acquirenti dovrebbero cessare la fabbricazione del prodotto in questione e la stragrande maggioranza non introdurrebbe modifiche in risposta ad un aumento del 5-10 % del prezzo della VSF. I motivi più comuni per non cambiare fibra sono le caratteristiche specifiche della VSF e i requisiti fissati dagli acquirenti a valle.
- (37) Nella risposta<sup>(26)</sup>, le parti sostengono che la maggioranza degli acquirenti (52 %) ha affermato che ridurrebbe i volumi in risposta ad un piccolo incremento non transitorio del prezzo, che la reazione del 18 % degli acquirenti dipenderebbe dalle condizioni di mercato e che solo il 24 % ha dichiarato che non cambierebbe fibra né ridurrebbe i volumi di produzione. Le parti sostengono inoltre che andrebbe dato maggior peso ai casi di effettiva sostituzione<sup>(27)</sup>.
- (38) Dopo aver considerato questi argomenti, la Commissione ribadisce le sue conclusioni iniziali, tratte dai risultati dell'indagine di mercato. In primo luogo, va rilevato che la metodologia seguita dalle parti per il calcolo delle cifre è incoerente, in quanto non opera una distinzione tra le risposte ai questionari distribuiti dalla Commissione nella prima e nella seconda fase dell'indagine, il che inevitabilmente raddoppia le risposte di alcuni acquirenti che hanno compilato entrambi i questionari. Inoltre, i quesiti rivolti agli acquirenti nella prima e nella seconda fase presentavano differenze sostanziali e non possono essere valutati congiuntamente<sup>(28)</sup>. Va altresì rilevato che, poiché nella risposta le parti indicano solo valori percentuali ed omettono sia le cifre assolute sia i riferimenti precisi al fascicolo della Commissione, la Commissione non è in grado di verificare tali cifre. La Commissione non può pertanto fare affidamento sulle cifre indicate dalle parti per la valutazione dell'operazione notificata e rimanda alla propria analisi dei volumi di sostituzione di cui al considerando 40.
- (39) In secondo luogo, per quanto riguarda i casi di effettiva sostituzione (completa e parziale) menzionati dalle parti, la Commissione non nega che taluni acquirenti cambierebbero fibra. Va tuttavia rilevato che si tratta di esempi isolati e non rappresentativi della reazione generale del mercato, emersa dall'indagine di mercato della Commissione<sup>(29)</sup>.

<sup>(24)</sup> Ciò è confermato dal seguente passaggio contenuto in un documento interno presentato da CVC: [...]\*

<sup>(25)</sup> [...]\*

<sup>(26)</sup> Paragrafo 2.5 e segg., in particolare paragrafo 2.7.

<sup>(27)</sup> Paragrafo 2.18 e appendici 6 e 7.

<sup>(28)</sup> La valutazione dei questionari è esaminata, per esempio, ai considerandi 40 e 188.

<sup>(29)</sup> I casi indicati dalle parti nella risposta (appendici 6 e 7) rappresentano meno del 10 % dell'insieme dei loro clienti.

- (40) Inoltre, in base al documento, da cui sono stati omessi i nominativi, che riassume il comportamento atteso dei clienti in caso di un piccolo incremento permanente dei prezzi del 10 %<sup>(30)</sup>, la Commissione ha ponderato le risposte degli acquirenti all'indagine di mercato in funzione dei singoli quantitativi di fibre acquistati da ogni cliente nel 2000. Il risultato di quest'analisi è che l'effetto di un incremento del 10 % del prezzo della VSF sulle vendite di fibre delle parti a tali clienti rimarrebbe inferiore al 5 % in termini di calo delle vendite dovuto al passaggio ad altre fibre<sup>(31)</sup>, il che conferma pienamente il parere della Commissione, secondo cui la sostituibilità sul versante della domanda tra VSF e altre fibre è insufficiente per poterle includere nello stesso mercato del prodotto rilevante.
- (41) Nella lettera, la parte notificante sostiene che nel valutare l'effetto di sostituzione la Commissione non ha tenuto conto dei clienti che hanno espresso l'intenzione di ridurre o di cessare la fabbricazione di prodotti a base di VSF in caso di un incremento del prezzo della VSF o del lyocell del 5-10 %.
- (42) Dopo aver esaminato questo argomento, la Commissione ribadisce che i clienti che hanno espresso l'intenzione di cessare o di ridurre la produzione a base di VSF non fanno parte della stessa categoria di quelli che passerebbero ad altre fibre. Se da un lato i clienti che dichiarano che cambierebbero fibra si possono teoricamente considerare un indizio di un mercato del prodotto più ampio, qualora la sostituzione avvenga in misura sufficiente a rendere non redditizio un incremento dei prezzi del 5-10 %, dall'altro lato i clienti che affermano che cesserebbero o ridurrebbero la produzione indicano esattamente l'opposto in termini di definizione del mercato del prodotto. Infatti, questi ultimi clienti rivelano, per la natura stessa delle loro risposte, di dipendere fortemente da un tipo specifico di fibra e di non essere in grado di sostituirla persino in caso di un notevole incremento non transitorio del prezzo.

*Andamento del consumo a lungo e a breve termine*

- (43) La parte notificante segnala un andamento a lungo termine del consumo di fibre in fiocco da cui risulta, per esempio, un calo del consumo di VSF in seguito al picco registrato intorno al 1970. Essa raffronta questo fenomeno al forte aumento del consumo di poliestere ed al crescente consumo di altre fibre sintetiche, come il polipropilene<sup>(32)</sup>.
- (44) La Commissione rileva, tuttavia, che il calo del consumo di VSF<sup>(33)</sup>, che in ogni caso è rallentato in misura significativa in Europa durante gli anni novanta, non dimostra di per sé la sostituibilità della VSF con altri tipi di fibre in fiocco. Al contrario, è la capacità della VSF di trovare nuovi settori di applicazione, quale il fiorente settore dei non tessuti<sup>(34)</sup>, che va considerata come un'indicazione della sua peculiarità rispetto a tutte le altre fibre e della sua insufficiente sostituibilità con queste ultime. Se la VSF, in genere più costosa delle altre fibre<sup>(35)</sup>, fosse effettivamente intercambiabile con tali fibre, essa sarebbe stata interamente sostituita<sup>(36)</sup>.

<sup>(30)</sup> Le informazioni sono state rese disponibili alle parti in data 11 settembre 2001 (cfr. considerando 10).

<sup>(31)</sup> Le cifre indicano il calo del volume di vendita dovuto al passaggio ad altre fibre rispetto al volume totale delle vendite ai clienti che hanno risposto al questionario. Il campione di acquirenti che hanno risposto è altamente rappresentativo, in quanto costituisce ben oltre il 50 % delle vendite totali delle parti nel SEE. La Commissione ha anche posto un altro quesito sul passaggio ad altre fibre nella prima fase della procedura; poiché include esplicitamente una stima delle reazioni degli acquirenti a valle, le risposte sono esaminate nella valutazione delle pressioni concorrenziali di cui ai considerandi 187-190. Anche la questione della riduzione del volume dovuta alla cessazione della produzione è esaminata in tale contesto.

<sup>(32)</sup> Attualmente la viscosa rappresenta circa il [ $< 5$  %]\* del consumo totale mondiale di fibre in fiocco (insieme al lyocell [1500-1700]\* kt annue [...]\*), ma l'importanza relativa della viscosa nel SEE è pari al doppio ([ $< 10$  %]\*), mentre l'uso del cotone è notevolmente inferiore rispetto ad altre aree geografiche ([ $< 40$  %]\* nel SEE, [ $< 60$  %]\* a livello mondiale). Per il poliestere le percentuali sono: [ $< 25$  %]\* nel SEE, [ $< 25$  %]\* a livello mondiale; per il polipropilene: [ $< 15$  %]\* nel SEE, [ $< 10$  %]\* a livello mondiale.

<sup>(33)</sup> Questo calo è in larga misura dovuto alla riduzione del consumo di VSF nel settore tessile (a sua volta dovuta al calo generale della produzione tessile europea). Per quanto riguarda le diverse percentuali di consumo nell'industria tessile e nel settore dei non tessuti, cfr. considerandi 145-148.

<sup>(34)</sup> Si noti, per esempio, il crescente impiego di VSF nei prodotti non tessuti monouso (salviette, camici chirurgici, batuffoli di ovatta, compresse per medicazioni) in cui la stessa VSF ha sostituito le garze e i tessuti di cotone (prevalentemente non monouso).

<sup>(35)</sup> Cfr. nota 25.

<sup>(36)</sup> Cfr. anche i risultati dell'analisi della correlazione dei prezzi della Commissione (tabella 1; considerandi 72-74).

- (45) Inoltre, la sostituzione di una fibra con un'altra è spesso indotta da importanti sviluppi tecnologici e non si può considerare come un'indicazione di una generica e sufficiente sostituibilità tra le fibre. Anche in questo caso, ciò è particolarmente evidente nel settore dei non tessuti. Per esempio, l'uso di VSF nei pannolini per neonati è praticamente cessato, a causa di importanti modifiche del prodotto stesso, per esempio la fabbricazione di pannolini multistrato e lo sviluppo di polimeri superassorbenti. Per quanto riguarda l'industria tessile, le nuove tecnologie di filatura e di finissaggio, insieme allo sviluppo di nuovi materiali sintetici o celluloseici, possono incidere in modo significativo sull'uso e sul consumo di fibre. Tuttavia, l'impiego di altre fibre in prodotti sostanzialmente modificati non può essere considerato indicativo dell'esistenza di un mercato del prodotto comprendente entrambi i tipi di fibra.
- (46) Nella risposta <sup>(37)</sup>, le parti negano che si siano verificati nuovi importanti sviluppi nelle tecnologie di filatura e di finissaggio negli ultimi anni.
- (47) Dopo aver esaminato questa osservazione, la Commissione conferma invece che si sono verificati importanti sviluppi tecnologici nel settore delle fibre celluloseiche in passato e se ne possono verificare in futuro, i quali producono effetti significativi sulla lavorabilità delle fibre e quindi sul consumo di fibre. La Commissione rileva gli sviluppi del prodotto delle parti stesse, per esempio una fibra di lyocell non soggetta a fibrillazione, nonché la cooperazione delle parti con imprese di filatura e di tintura in materia di trattamento del lyocell. Inoltre, non tutte le qualità di fibre sono ugualmente idonee alla filatura a rotore OE <sup>(38)</sup>. Persino in assenza di importanti sviluppi tecnologici, l'uso di fibre diverse in prodotti sostanzialmente modificati non può essere considerato indicativo dell'esistenza di un mercato del prodotto comprendente entrambi i tipi di fibra.
- (48) In secondo luogo, nella risposta <sup>(39)</sup> le parti sostengono che nel settore dei non tessuti la VSF è soggetta a un ciclo di «espansione e contrazione». I concorrenti ed i clienti sarebbero in grado di individuare fibre alternative meno costose non appena il loro uso finale fosse sufficientemente diffuso. Investirebbero in qualsiasi sviluppo tecnologico necessario per agevolare la sostituzione della viscosa. Secondo le parti, ciò dovrebbe dimostrare la vulnerabilità della viscosa nel settore dei non tessuti.
- (49) La Commissione, per contro, è del parere che gli argomenti esposti nella risposta non confutino la sua analisi. Il principale punto di disaccordo con le parti è l'interpretazione della struttura mutevole del consumo di fibre dovuta ai cambiamenti tecnologici. In proposito, la Commissione ribadisce che tali cambiamenti, efficaci solo a medio e lungo termine, non si possono considerare un'indicazione del fatto che la VSF e le altre fibre appartengono allo stesso mercato del prodotto. I cambiamenti tecnici che potrebbero permettere l'uso di fibre alternative meno costose sono per loro stessa natura caratterizzati da incertezze, e in ogni caso il loro impatto si farebbe sentire solo a medio e lungo termine. Gli attuali acquirenti di VSF, anche se sono abbastanza forti da perseguire attivamente una strategia volta a promuovere lo sviluppo tecnologico dei prodotti al fine di poter utilizzare fibre alternative meno costose, non hanno alcuna possibilità di sostituzione prima che si verifichino tali sviluppi tecnologici. Dall'indagine di mercato della Commissione non risulta che si possano

<sup>(37)</sup> Paragrafo 2.27.

<sup>(38)</sup> Dati probanti gli sviluppi tecnologici nella filatura si possono trovare nei seguenti siti web di importanti società che utilizzano la tecnologia di filatura a rotore OE («open end»):

1) <http://www.suessen.com/htmls/foemi.htm>

Secondo il sito Suessen, la tecnologia di filatura OE, che si basa su sviluppi degli anni sessanta e settanta, si è affermata a livello commerciale durante gli anni ottanta e in seguito sono stati introdotti notevoli miglioramenti, per esempio aumentando la velocità di filatura del 50 % tra il 1983 e il 1995. Il fatto che questi sviluppi non siano affatto ininfluenti per quanto riguarda le fibre è anche indicato nel sito Suessen, in cui si afferma: «Il poliester e le altre fibre sintetiche sono soggetti a difetti termici e meccanici, in particolare a velocità di produzione elevata.» (<http://www.suessen.com/htmls/foepp5.htm>).

2) <http://www.elitex-saurer.cz/indexger.htm>

Anche nel sito web di Elitex-Saurer si trovano riscontri della specificità delle fibre (o almeno della limitata idoneità della gamma di fibre) per l'impiego con determinate componenti dei filatoi, per esempio gli anelli e in particolare i rulli apritori.

<sup>(39)</sup> Paragrafo 2.27.

prevedere importanti fenomeni di sostituzione della VSF greggia a breve termine dovuti ad attuali o imminenti sviluppi tecnologici <sup>(40)</sup>.

- (50) Una considerazione analoga a quella relativa agli sviluppi tecnologici si applica riguardo ai cambiamenti della moda, con l'ovvia differenza che la moda, diversamente dagli sviluppi tecnologici, induce cambiamenti a ciclo breve nella struttura dei consumi. I tipi o le mischie di fibre utilizzate per produrre un determinato tipo di indumento possono variare di anno in anno, a seconda delle tendenze della moda. Altri tipi o mischie di fibre non sono sufficientemente sostituibili in caso di cambio di moda, in quanto i prodotti realizzati con tali fibre o mischie non sarebbero considerati alla moda e quindi degni di essere acquistati. Infatti, nell'indagine di mercato della Commissione un numero significativo di acquirenti del settore tessile dichiara che la moda esercita una notevole influenza sul consumo di VSF <sup>(41)</sup>.
- (51) Nella risposta <sup>(42)</sup>, le parti sostengono che la valutazione della Commissione non tiene conto della concorrenza tra fibre basata sul rapporto qualità/prezzo. Le parti affermano inoltre che la moda è un fenomeno transitorio.
- (52) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione conferma la sua analisi. In primo luogo, merita rilevare che le parti stesse riconoscono che i clienti «non si limitano a valutare le differenze di prezzo tra diversi indumenti, ma esaminano l'insieme di prezzo, aspetto estetico, funzionalità, marchio, stile, ecc.» nella scelta di determinati indumenti <sup>(43)</sup>. Secondo la Commissione, ciò conferma che la scelta della fibra non dipende primariamente da considerazioni di prezzo. In secondo luogo, la Commissione conviene con le parti sul carattere essenzialmente transitorio della moda e ritiene che questo stesso elemento confermi la sua analisi riguardo alla sostituibilità limitata tra le fibre in qualsiasi periodo osservato.
- (53) Si può quindi concludere che la scelta della VSF da parte degli acquirenti non dipende primariamente da considerazioni di prezzo, bensì dalle caratteristiche specifiche della VSF, dall'innovazione del prodotto e dalle preferenze dei consumatori in un determinato periodo <sup>(44)</sup>. La sostituzione non può essere considerata sufficiente a rendere non redditizio il potenziale incremento dei prezzi per un ipotetico monopolista.

<sup>(40)</sup> [...]\*. Tuttavia, uno dei soli tre clienti citati a sostegno di questa tesi afferma esplicitamente: «Finché non saranno completate le attività di sviluppo, non è possibile fornire risposte precise al punto 16» (fascicolo della Commissione, pag. 3217. Al punto 16, cui fa riferimento il suddetto cliente, si legge: «Se il passaggio ad altri tipi o mischie non costituisce un'alternativa realistica o se tale passaggio non può avvenire in misura sufficiente a controbilanciare l'incremento del prezzo della VSF o del lyocell, indicare i motivi per cui non si effettua tale passaggio o non lo si effettua in misura sufficiente ...»). Il passaggio al poliestere da parte di un altro cliente non sembra legato a questo nuovo sviluppo potenziale, in quanto è avvenuto in passato. Il terzo cliente citato «prevede due possibilità diverse»: una è il maggiore impiego di pasta di legno, l'altra il maggiore impiego di polipropilene e poliestere per sostituire «alcuni quantitativi di viscosa» (fascicolo della Commissione, pag. 572). Sebbene non sia chiaro se questo cliente si riferisca allo sviluppo summenzionato, è evidente che comunque non sostituirebbe interamente la VSF. Ai clienti citati dalle parti occorre aggiungere, inoltre, la maggioranza dei fabbricanti di salviette, i quali evidentemente non prevedono che cambiamenti del genere si verifichino nel breve o medio termine. Affermazioni come quelle sotto riportate dimostrano che la stragrande maggioranza dei fabbricanti di salviette non è a conoscenza di importanti sviluppi in grado di sostituire la VSF nel settore delle salviette nel prossimo futuro: «L'assorbimento dell'umidità è una delle funzioni più importanti dei prodotti per la pulizia della casa. Tale funzione si può garantire solo con l'impiego di VSF» (fascicolo della Commissione, pag. 4768); «Non potremmo cambiare fibra a causa delle caratteristiche del prodotto, strettamente legate alla viscosa. Non esiste alcuna fibra sostitutiva commercialmente valida per la viscosa, che presenti le stesse proprietà ... Una maggiore percentuale di fibre sintetiche, quali il poliestere o il polipropilene, altererebbe in modo inaccettabile le caratteristiche del tessuto ...» (fascicolo della Commissione, pag. 4332).

<sup>(41)</sup> Cfr. anche D. Morris, Comité International de la Rayonne et des Fibres Synthétiques: Myths and Realities of Interfibre Competition, documento presentato alla International Wool Textile Organisation, 65<sup>th</sup> International Wool Conference, Cape Town, Repubblica sudafricana, aprile 1996: «Il consumo di fibra di viscosa in fiocco è aumentato verso la fine degli anni ottanta per motivi connessi alla moda».

<sup>(42)</sup> Paragrafo 2.17.

<sup>(43)</sup> Paragrafo 2.17 della risposta.

<sup>(44)</sup> Cfr. anche D. Morris, Comité International de la Rayonne et des Fibres Synthétiques: Myths and Realities of Interfibre Competition, documento presentato alla International Wool Textile Organisation, 65<sup>th</sup> International Wool Conference, Cape Town, Repubblica sudafricana, aprile 1996: «In realtà, sembra che il variare degli impieghi finali, l'innovazione del prodotto e le preferenze dei consumatori siano i principali motivi che inducono a cambiare fibra, piuttosto che le relatività dei prezzi. (...) Tuttavia, affermare che la competitività in termini di prezzi sia inesistente, non valida di per sé, sarebbe eccessivo, mentre semplicemente non si manifesta che di fronte a forti fluttuazioni dei prezzi e ad ampie variazioni nelle relatività dei prezzi, dell'ordine del 20 %».

## Lyocell

- (54) Secondo le parti non esisterebbe un mercato specifico del lyocell. Esse sostengono che il lyocell è un prodotto ancora alla ricerca di un mercato adeguato e andrebbe considerato sostituibile con altre fibre, in particolare la VSF, ma anche con il cotone e il poliestere. Questo parere non è confermato dai risultati dell'indagine di mercato e dall'analisi della correlazione dei prezzi condotte dalla Commissione.
- (55) Al contrario, la fibra di lyocell in fiocco («lyocell») <sup>(45)</sup> presenta caratteristiche specifiche che la distinguono chiaramente dalla VSF. Tali caratteristiche del prodotto sono, in particolare, l'alta tenacità sia allo stato bagnato sia allo stato asciutto e il ridotto restringimento in acqua, che consente di ridurre al minimo il calo di volume durante il finissaggio e il restringimento dovuto al lavaggio.
- (56) Il lyocell è spesso usato in mischia con altre fibre, quali la viscosa, il lino, il cotone, il poliammide o il poliestere. Finora, le sue proprietà specifiche sono state principalmente sfruttate dai fabbricanti di prodotti tessili di qualità e di marca <sup>(46)</sup>, sebbene il prezzo del lyocell sia attualmente molto più elevato rispetto a qualsiasi altra fibra considerata <sup>(47)</sup>. Infatti, per i jeans di lusso, che sono una delle più importanti applicazioni del lyocell, la VSF è considerata del tutto inadatta.
- (57) Analogamente, le applicazioni tessili permettono di illustrare il carattere distintivo del lyocell rispetto al cotone. Nonostante il prezzo notevolmente più elevato, il lyocell è usato, per esempio, in taluni tipi di jeans perché conferisce una mano e un drappeggio specifici al prodotto. La tenacità allo stato asciutto e la capacità di ritenzione dell'acqua del lyocell sono inoltre superiori a quelle del cotone.
- (58) Rispetto ad altre fibre sintetiche, è il carattere celluloso a dotare il lyocell di un'eccezionale capacità di assorbimento di umidità e a determinare, nelle applicazioni tessili, l'elevato comfort che le fibre sintetiche non sono in grado di eguagliare. Inoltre, la biodegradabilità del lyocell, comune ad altre fibre cellulosiche e naturali, lo distingue nettamente da tutte le fibre sintetiche menzionate come sostituiti. La biodegradabilità è un fattore decisivo, in particolare per i prodotti non tessuti monouso, ed è stata indicata come tale nelle risposte all'indagine di mercato della Commissione.
- (59) Il lyocell presenta infine una caratteristica particolarissima, che non condivide con alcuna fibra tradizionale: la tendenza alla fibrillazione <sup>(48)</sup>. Da un lato, questa tendenza può costituire uno svantaggio, in quanto richiede tecniche speciali di filatura e di tintura e contribuisce all'effetto di «ingrignimento» dopo lavaggi ripetuti. Dall'altro, la tendenza alla fibrillazione della fibra di lyocell si può sfruttare per creare tessuti particolari, con drappeggio e mano morbida eccezionali — il cosiddetto «effetto buccia di pesca». Nessun'altra fibra è in grado di produrre questo effetto in modo analogo.
- (60) Nella risposta <sup>(49)</sup>, le parti sostengono che la comunicazione delle obiezioni della Commissione ignora completamente che il cotone è la principale fibra concorrente del lyocell. Secondo le parti, la Commissione avrebbe inoltre commesso un errore fattuale indicando che le altre fibre non sono in grado di riprodurre le caratteristiche specifiche del lyocell, in particolare la sua tendenza alla fibrillazione; esse citano comunicazioni dei clienti di Acordis e forniscono campioni di tessuti.

<sup>(45)</sup> Il filato continuo di lyocell non è attualmente prodotto a livello commerciale. Pertanto, nel presente documento il termine «lyocell» si riferisce esclusivamente alle fibre di lyocell in fiocco, con l'eccezione del concetto di «tecnologia per la produzione del lyocell» (cfr. considerandi 246 e 247), che si riferisce sia alla tecnologia per la produzione di fibre di lyocell in fiocco sia alla tecnologia per la produzione di filato continuo di lyocell.

<sup>(46)</sup> Va tuttavia rilevato che le stesse caratteristiche del prodotto rendono il lyocell idoneo a talune applicazioni non tessili, quali i filtri e le salviette. In tali applicazioni, come nel settore tessile, la maggiore resistenza allo stato bagnato e il minore restringimento del lyocell possono rappresentare un netto vantaggio rispetto alla VSF.

<sup>(47)</sup> Ciò vale in particolare per le applicazioni tessili, che rappresentano il [...] % delle vendite di lyocell (fonte: [...]).

<sup>(48)</sup> Formazione di piccole particelle o fibrille longitudinali che si staccano parzialmente dal corpo principale della fibra.

<sup>(49)</sup> Paragrafi 3.12 e segg.; cfr. anche appendici 5 e 9 della risposta.



- (61) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione conferma la propria analisi. In primo luogo, va rilevato che il rapporto concorrenziale tra il lyocell e le altre fibre, in particolare tra il lyocell e il cotone, è stato un elemento di primo piano sia nell'indagine di mercato della Commissione sia nell'analisi della correlazione dei prezzi (cfr. considerando 74).
- (62) In secondo luogo, la Commissione rileva che gli esempi di passaggio ad altre fibre, descritti dalle parti nell'appendice 9 della risposta, non sono rappresentativi della risposta complessiva degli acquirenti all'indagine di mercato. Pur non negando che in certa misura si verifichi una sostituzione, la Commissione non considera gli esempi suddetti sufficienti per includere il lyocell in un mercato del prodotto più ampio, che comprenda altri tipi di fibre (cfr. considerandi 63 e 67).
- (63) L'indagine di mercato condotta dalla Commissione ha confermato che non sussiste una sostituibilità sufficiente sul versante della domanda tra il lyocell ed altre fibre per poterle includere nello stesso mercato rilevante. Infatti, un'ampia maggioranza degli acquirenti interpellati ha dichiarato di non essere affatto in grado di sostituire il lyocell nei propri prodotti. Secondo le risposte, alcuni acquirenti dovrebbero cessare la fabbricazione del prodotto interessato e la grande maggioranza degli acquirenti semplicemente non introdurrebbe alcuna modifica in caso di un incremento del 5-10 % del prezzo del lyocell. I motivi più comuni per non cambiare fibra sono le caratteristiche specifiche del lyocell e i requisiti fissati dagli acquirenti a valle<sup>(50)</sup>.
- (64) Nella risposta<sup>(51)</sup>, le parti sostengono che la Commissione dà un'interpretazione soggettiva della reazione degli acquirenti diretti di lyocell. Le parti affermano che soltanto l'11,5 % degli acquirenti diretti di lyocell ha dichiarato che non cambierebbe fibra.
- (65) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione ribadisce le sue conclusioni iniziali, tratte dai risultati dell'indagine di mercato. In primo luogo, va rilevato che la metodologia seguita dalle parti per il calcolo delle cifre è incoerente, in quanto non opera una distinzione tra le risposte ai questionari distribuiti dalla Commissione nella prima e nella seconda fase d'indagine, il che inevitabilmente raddoppia le risposte di alcuni acquirenti che hanno compilato entrambi i questionari. Inoltre, i quesiti rivolti agli acquirenti nella prima e nella seconda fase presentavano differenze sostanziali e non possono essere valutati congiuntamente. Le parti hanno anche dato un'interpretazione erronea ad alcune risposte contenute nel fascicolo della Commissione che hanno incluso nella loro analisi<sup>(52)</sup>. La Commissione non può pertanto fare affidamento su tali cifre per la valutazione dell'operazione notificata.
- (66) Infine, per quanto riguarda i casi di effettiva sostituzione (completa e parziale) menzionati dalle parti, la Commissione non nega che taluni acquirenti cambierebbero fibra. Va tuttavia rilevato che si tratta di esempi isolati e non rappresentativi della reazione generale del mercato, emersa dall'indagine di mercato della Commissione<sup>(53)</sup>.

<sup>(50)</sup> Questi risultati sono confermati dal seguente passaggio contenuto in un documento interno presentato da CVC: [...]\*.

<sup>(51)</sup> Paragrafi 3.2 e segg.

<sup>(52)</sup> Paragrafi 3.3 e 3.4 della risposta. Per esempio, riguardo ai due gruppi «Sostituzione al 100 % o cessazione della produzione» e «Riduzione del volume di acquisto di lyocell di oltre il 5 %» nella valutazione delle parti, si può rilevare quanto segue.

— Il documento alle pagg. 3860-3875 del fascicolo della Commissione non indica se il cliente in questione cambierebbe fibra o cesserebbe la produzione.

— Almeno due dei tre documenti (pagg. 2994-2997; 3163; 3224-3225) inclusi in questi due gruppi sono risposte fornite dallo stesso cliente allo stesso questionario e quindi non vanno conteggiate due o tre volte.

— Le parti interpretano male la risposta alle pagg. 3309-3314: il cliente cita diverse categorie di prodotti, ma non per tutte cambierebbe in parte (per il 10 %) fibra. In particolare, la categoria di prodotti per la quale non cambierebbe fibra è quella in cui viene utilizzato il lyocell.

— Le parti considerano indiscriminatamente i passaggi ad altre fibre in risposta a un incremento dei prezzi del 5 % e a un incremento del 10 %, sebbene in diverse risposte (pagg. 630-638; 723-733; 758-768; 4788-4800) i clienti distinguano questi due ipotetici incrementi di prezzo.

— Due risposte sono interpretate come se indicassero una sostituzione della fibra superiore al 5 %, sebbene non sia riportata alcuna percentuale (pagg. 676-684; 485-494).

— L'analisi delle parti comprende una risposta che in realtà fornisce solo indicazioni generali e non precisa in quale caso il cliente passerebbe a un'altra fibra né in quale misura (pagg. 668-675).

<sup>(53)</sup> Gli esempi indicati dalle parti nella risposta (appendici 6 e 7) rappresentano meno del 10 % dell'insieme dei loro clienti.

- (67) Inoltre, in base al documento, da cui sono stati omessi i nominativi, che riepiloga il comportamento atteso dei clienti in risposta a un piccolo incremento permanente dei prezzi del 10 %<sup>(54)</sup>, la Commissione ha ponderato le risposte degli acquirenti all'indagine di mercato in funzione dei singoli quantitativi di fibre acquistati da ogni cliente nel 2000. Il risultato di quest'analisi è che un incremento del 10 % del prezzo del lyocell avrebbe sulle vendite di fibre delle parti a tali clienti un effetto di entità intorno al 15 % (per gli acquirenti del SEE) o inferiore al 10 % (per gli acquirenti sia all'interno sia all'esterno del SEE) in termini di calo delle vendite dovuto al passaggio ad altre fibre<sup>(55)</sup>. Tale calo delle vendite del 10-15 % dovuto al cambiamento di fibra non si può considerare sufficiente a rendere non redditizio un incremento dei prezzi.
- (68) Ciò vale anche se si tiene conto dell'attuale situazione di eccesso di capacità, in quanto le parti potrebbero adottare una strategia di chiusura o di «tenuta in disuso» di interi impianti (o di singole linee di produzione), riducendo così i propri costi fissi. In ogni caso, potrebbero ridurre i costi variabili mediante tagli della produzione. Questi risparmi sui costi e le maggiori entrate derivanti dai prezzi più elevati sarebbero più che sufficienti a compensare la diminuzione delle entrate dovuta al passaggio ad altre fibre<sup>(56)</sup>. Tagli della produzione ben superiori al 10 % possono quindi risultare redditizi nel caso di un incremento dei prezzi del 10 %.

#### b) *Sostituibilità sul versante dell'offerta*

- (69) Non sussiste sostituibilità sul versante dell'offerta tra fibre sintetiche e fibre artificiali cellulosiche, in quanto i due tipi di fibre sono ottenuti da materie prime totalmente diverse e con processi ed impianti di produzione totalmente diversi.
- (70) Analogamente, sul versante dell'offerta non sussiste sostituibilità tra lyocell e VSF. Sebbene le fibre di viscosa e di lyocell siano entrambe fibre artificiali cellulosiche, il lyocell è prodotto in impianti distinti, secondo un processo di produzione totalmente diverso, un processo di filatura in solvente in cui la fibra viene formata sciogliendo direttamente la pasta di legno in un solvente organico (mentre la viscosa deve essere sottoposta a un diverso processo chimico di macerazione dell'impasto e xantogenazione che, diversamente dal processo di produzione del lyocell, comporta la formazione

<sup>(54)</sup> Le informazioni sono state rese disponibili alle parti in data 11 settembre 2001 (cfr. considerandi 10).

<sup>(55)</sup> Le cifre indicano il calo del volume di vendita dovuto al passaggio ad altre fibre rispetto al volume totale delle vendite ai clienti che hanno risposto al questionario. Il campione di acquirenti che hanno risposto è rappresentativo, in quanto costituisce circa il 50 % delle vendite totali delle parti nel SEE. La Commissione ha anche posto un quesito analogo nella prima fase dell'indagine; poiché include esplicitamente una stima delle reazioni degli acquirenti a valle, le risposte sono esaminate nella valutazione delle pressioni concorrenziali di cui ai considerandi 239-242.

<sup>(56)</sup> Un'ipotetica situazione a concentrazione avvenuta, basata sui dati di produzione relativi al 2000, può essere usata a fini esplicativi:

Se Acordis decidesse di ridurre la produzione di Mobile e Grimsby del 15 % e di mantenere in funzione un solo impianto, i costi medi di fabbricazione presso tale impianto diminuirebbero notevolmente. La riduzione dei costi medi di fabbricazione si sommerebbe quindi a qualsiasi calcolo che controbilanci i maggiori profitti di Acordis per tonnellata venduta, dovuti a un incremento del prezzo del 10 %, con il calo dei profitti dovuto a una riduzione dei volumi di vendita del 15 %.

Poiché si può ipotizzare che i margini di profitto di Acordis aumenterebbero ben più del 10 % in seguito a un incremento dei prezzi del 10 %, quest'ultimo potrebbe quindi risultare altamente redditizio per Acordis in una situazione, a concentrazione avvenuta, in cui Lenzing non costituisca più una fonte di concorrenza effettiva. (In alternativa a considerare esplicitamente Lenzing, una seconda ipotesi semplificativa in questa considerazione è che i costi di chiusura si considerino uguali a zero.)

Si può fare un'osservazione sull'aumento non proporzionale dei margini di profitto in seguito a un incremento del prezzo di vendita netto del 10 %. A tal fine, si deve premettere che la Commissione non è in grado di fornire una stima precisa dei margini di profitto di Acordis in relazione al lyocell nel 2000, in quanto i costi fissi di fabbricazione e i costi variabili di produzione forniti da Acordis apparentemente non comprendono i costi di commercializzazione, distribuzione o di ricerca e sviluppo. I margini tra i costi medi di fabbricazione e il prezzo di vendita rappresentavano circa il [...] del prezzo di vendita. Un incremento del prezzo del 10 % avrebbe aumentato i margini sui costi di fabbricazione di oltre il [...] e con ogni probabilità i margini di profitto sarebbero aumentati in misura ancora maggiore. (Un'analoga massimizzazione dei profitti tramite una riduzione di capacità derivante dalla chiusura di alcuni impianti e dalla maggiore utilizzazione di quelli mantenuti in funzione si potrebbe ottenere anche con la chiusura di Heiligenkreuz).

Si noti che l'esempio della Commissione non intende fornire un calcolo esatto né una proiezione specifica. Lo scopo è soltanto di spiegare che per un ipotetico monopolista nel settore del lyocell la massimizzazione dei profitti non è necessariamente compromessa da cali delle vendite inferiori al 10 %. A seconda della curva della domanda, persino un calo delle vendite molto più significativo può risultare ancora redditizio per un ipotetico monopolista.

di un derivato e la successiva dissoluzione dello xantogenato in una soluzione di soda caustica prima di poter essere estrusa attraverso le filiere). Per produrre il lyocell sono necessarie apparecchiature e macchinari speciali. La tecnologia di produzione ad alta intensità di capitale rende il lyocell la fibra artificiale cellulosica in fiocco che attualmente comporta i costi di produzione di gran lunga più elevati<sup>(57)</sup>. D'altro canto, la produzione di lyocell è ecologica, soprattutto rispetto alla produzione di viscosa, in quanto il solvente usato per sciogliere la cellulosa (NMMO) e l'acqua utilizzata nel processo di produzione del lyocell sono in gran parte riciclabili.

- (71) A parere dei concorrenti, non contestato dalla parte notificante, il passaggio dalla produzione di VSF a quella di lyocell comporta la costruzione di un impianto completamente nuovo ed è quindi possibile solo sostenendo costi significativi e in tempi considerevoli.

**c) Analisi della correlazione dei prezzi, elasticità incrociata rispetto al prezzo**

- (72) Nel definire i mercati del prodotto rilevanti, la Commissione tiene conto dei dati quantitativi disponibili, purché si rivelino attendibili ad un esame rigoroso, per determinare la struttura dei fenomeni di sostituzione nel passato<sup>(58)</sup>. Nel presente caso, la Commissione ha effettuato un'analisi della correlazione dei prezzi e dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo tra la VSF e i suoi potenziali sostituti, in base ai dati sulle vendite mensili forniti dalle parti interessate all'operazione. I dati esaminati coprono un periodo decennale compreso tra gennaio 1991 e maggio 2001. I risultati dell'analisi della Commissione confermano le conclusioni suesposte riguardo all'esistenza di mercati del prodotto distinti.

**Analisi della correlazione dei prezzi: VSF e altri tipi di fibre**

- (73) L'analisi della correlazione dei prezzi è intesa a misurare la sensibilità del prezzo di un prodotto al prezzo di un presunto sostituto. Nel presente caso, lo scopo dell'analisi era di misurare il grado di pressioni concorrenziali esistenti tra VSF e altri tipi di fibre. I risultati rivelano che né nel settore tessile né in quello non tessile esiste un sufficiente grado di correlazione tra la VSF e il cotone, il poliestere o il polipropilene che consenta di concludere che tali prodotti appartengono allo stesso mercato rilevante.
- (74) La misura che quantifica la dipendenza generale di due serie temporali di prezzi, e quindi il grado di sostituibilità tra due prodotti, è detta coefficiente di correlazione. Per definizione, un coefficiente di correlazione positivo è compreso tra 0 e +1: tanto più alto è il grado di correlazione tra due prodotti (cioè quanto più il coefficiente di correlazione è vicino a +1), tanto più probabile è l'esistenza di un unico mercato del prodotto che li comprenda entrambi. I dati riportati nella tabella 1 indicano che non sussiste una correlazione significativa tra i prezzi della VSF e del cotone, né tra VSF e poliestere, né tra VSF e polipropilene. Persino il coefficiente più alto ( $\sigma = 0,44$ ), che esprime la correlazione tra VSF e poliestere, non è sufficiente a giustificare l'ipotesi di un unico mercato del prodotto<sup>(59)</sup>.

<sup>(57)</sup> Sia i concorrenti sia i clienti ritengono tuttavia che questi costi di produzione potrebbero ridursi in modo significativo una volta recuperati i considerevoli investimenti in attività di ricerca e sviluppo per questa tecnologia relativamente nuova, dal momento che il processo di produzione del lyocell di fatto prevede meno stadi di produzione rispetto a quello della viscosa.

<sup>(58)</sup> Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza (GU C 372 del 9.12.1997, pag. 5) (considerando 39).

<sup>(59)</sup> Questa conclusione è coerente con la prassi della Commissione. Correlazioni maggiori rispetto a quelle indicate nella tabella 1 sono state considerate insufficienti in decisioni precedenti, in quanto la Commissione ha considerato alte le correlazioni superiori a 0,80 e basse le correlazioni inferiori a 0,65. Cfr. per esempio la decisione della Commissione del 19 luglio 2000 nel caso COMP/M.1939 — Rexam (PLM)/American National Can (considerando 12).

Tabella 1

**Risultati dell'analisi della correlazione dei prezzi della VSF effettuata dalla Commissione**

	Cotone <sup>(60)</sup>	Poliestere PB <sup>(61)</sup>	Poliestere PA <sup>(61)</sup>	Polipropilene PB <sup>(61)</sup>	Polipropilene PA <sup>(61)</sup>
VSF <sup>(62)</sup>	0,04	0,39	0,44	0,06	0,24

<sup>(60)</sup> Fonte: Risposte delle parti alla richiesta di informazioni della Commissione del 7 giugno 2001.

<sup>(61)</sup> Fonte: Risposte delle parti alla richiesta di informazioni della Commissione del 7 giugno 2001. Le parti hanno indicato che per il poliestere e il propilene di norma vengono fissati due tipi di prezzi al consumatore finale: prezzi bassi (PB) e prezzi alti (PA). La fonte di questi dati è PCI-Fibres & Raw Materials. Secondo PCI, PA indica il prezzo di listino o/e il prezzo corrisposto da un piccolo acquirente, mentre PB indica il prezzo effettivamente pagato da un grande acquirente.

<sup>(62)</sup> Fonte: Risposte delle parti alla richiesta di informazioni della Commissione del 7 giugno 2001.

**Analisi dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo: VSF e altri tipi di fibre**

- (75) I risultati suesposti riguardo la definizione dei mercati del prodotto rilevanti sono anche confermati da un'analisi dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo. L'elasticità incrociata rispetto al prezzo misura la variazione della domanda di un determinato prodotto indotta da una variazione del prezzo di altri prodotti e quindi fornisce un'indicazione del grado di sostituibilità dei prodotti dal punto di vista della domanda. Nel presente caso, lo scopo dell'analisi era di misurare la variazione della domanda di VSF indotta da una variazione dei prezzi del cotone, del poliestere e del polipropilene. I risultati dimostrano che nel passato le fluttuazioni dei prezzi del cotone, del poliestere e del polipropilene non hanno indotto una variazione significativa della domanda di VSF e quindi indicano anch'essi l'esistenza di un mercato del prodotto distinto per la VSF.
- (76) Quanto maggiore è il grado di elasticità per due prodotti (cioè, quanto più alto è il coefficiente), tanto maggiore è la probabilità che esista un unico mercato del prodotto che li comprenda entrambi. In termini generali, un'elasticità incrociata rispetto al prezzo inferiore a +1 significa che i prodotti non sono sostituiti effettivi. Come risulta dalla tabella 2, l'elasticità incrociata rispetto al prezzo, per la VSF da un lato e il cotone, il poliestere e il polipropilene dall'altro, è vicina allo zero. Tali prodotti non possono quindi essere considerati sostitutivi della VSF.

Tabella 2

**Elasticità incrociata rispetto al prezzo della VSF, calcolata dalla Commissione**

VSF/Cotone	VSF/Poliestere	VSF/Polipropilene
[0,05-0,10]	[0,04-0,15]	[0,03-0,10]

**Analisi della correlazione dei prezzi: VSF e lyocell**

- (77) I coefficienti di correlazione tra VSF e lyocell sono bassi sia per quanto riguarda il segmento (o sottomercato) tessile sia per quello non tessile del lyocell. A prescindere dal segmento (o sottomercato) della VSF esaminato, la correlazione tra lyocell e VSF è bassa, ed è compresa tra 0,08 e 0,47. Analogamente, l'analisi della correlazione tra lyocell e poliestere e tra lyocell e cotone produce coefficienti compresi tra 0,23 e 0,6; anche questi valori sono indicativi dell'esistenza di mercati del prodotto distinti <sup>(63)</sup>.

<sup>(63)</sup> La Commissione non ha potuto calcolare l'elasticità incrociata rispetto al prezzo per il lyocell a causa della mancanza di dati coerenti.

### La risposta delle parti

- (78) Nella risposta<sup>(64)</sup>, le parti affermano che la Commissione ha sopravvalutato l'importanza e l'attendibilità dell'analisi delle correlazioni anziché esaminare in modo approfondito i casi di effettiva sostituzione.
- (79) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione non li considera convincenti. L'uso di test econometrici e statistici è conforme alla prassi costante della Commissione, descritta nella comunicazione sulla definizione del mercato rilevante<sup>(65)</sup>. Inoltre, nel definire il mercato del prodotto nel presente caso, la Commissione non si è basata primariamente sull'analisi della correlazione dei prezzi e dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo. Come già spiegato (considerando 72), la Commissione ha semplicemente riscontrato che i risultati di detta analisi confermano la constatazione di mercati del prodotto distinti, la quale si basa a sua volta su considerazioni in materia di sostituibilità sul versante della domanda e sul versante dell'offerta, e quindi sulla mancanza di un numero sufficiente di casi di effettiva sostituzione (cfr. considerandi 32-71).

#### d) *Conclusioni*

- (80) Per i motivi suesposti, la Commissione conclude che la VSF e il lyocell non appartengono allo stesso mercato del prodotto<sup>(66)</sup>, né rientrano in un mercato generale delle fibre in fiocco comprendente cotone, poliestere e polipropilene oltre alla VSF e al lyocell.

#### 4. MERCATI DEL PRODOTTO RILEVANTI NEL COMPARTO DELLA FIBRA DI VISCOSA IN FIOCCO: VISCOSA GREGGIA E PRODOTTI SPECIALI

- (81) L'indagine di mercato ha altresì rivelato che nel comparto della VSF si deve tenere conto di ulteriori suddivisioni. Si possono distinguere diversi mercati del prodotto rilevanti in base alle diverse proprietà e applicazioni delle fibre. In particolare, è necessario operare una distinzione tra VSF greggia e prodotti speciali, e tra questi ultimi tra VSF tinta in massa e VSF per tamponi (assorbenti igienici).

#### a) *Fibra di viscosa greggia*

#### Versante della domanda: due gruppi principali di acquirenti

- (82) La fibra di viscosa greggia («VSF greggia») è usata sia nel settore tessile (filatura) sia nelle applicazioni non tessili. Le fibre per le applicazioni tessili sono acquistate da imprese di filatura<sup>(67)</sup>, mentre le fibre per i non tessuti sono in genere vendute a fabbricanti di materiale in rotoli<sup>(68)</sup>.

<sup>(64)</sup> Paragrafi 2.2 (terzo trattino), 2.16 e segg., e paragrafo 3.11.

<sup>(65)</sup> Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza (GU C 372 del 9.12.1997, pag. 5) (considerando 39).

<sup>(66)</sup> Questa conclusione è coerente con la decisione 2001/102/CE della Commissione, del 19 luglio 2000, relativa all'aiuto di Stato al quale l'Austria ha dato esecuzione in favore di Lenzing Lyocell GmbH & Co. KG (GU L 38 dell'8.2.2001, pag. 33) (paragrafo 52). Elementi in possesso della Commissione confermano che Lenzing all'epoca condivideva e sosteneva il parere della Commissione quanto all'esistenza di due mercati del prodotto diversi per il lyocell e la VSF.

<sup>(67)</sup> Si noti che le imprese di filatura di tipo cotoniero richiedono fibre corte, mentre quelle di filatura di tipo laniero utilizzano fibre più lunghe.

<sup>(68)</sup> I fabbricanti di materiale in rotoli producono rotoli di fibre trattate, successivamente venduti ad imprese di trasformazione che ne ricavano diversi prodotti finiti, quali salviette, prodotti per uso medico (per esempio batuffoli di ovatta, camici chirurgici) o per uso tecnico (per esempio filtri o supporti rivestiti per calzature, borse o per l'industria automobilistica). Vi sono alcune differenze tra i fabbricanti di materiale in rotoli, a seconda della tecnologia di produzione utilizzata e dell'uso finale cui sono destinati i prodotti.

- (83) Dal punto di vista della domanda, l'indagine di mercato della Commissione ha rivelato che questi due gruppi di acquirenti hanno esigenze diverse. Le fibre usate nelle applicazioni tessili presentano alcune differenze fisiche rispetto a quelle destinate alle applicazioni non tessili. Dati i requisiti specifici dei processi di produzione a valle, solo in circostanze decisamente eccezionali gli acquirenti del settore tessile possono utilizzare fibre destinate alle applicazioni non tessili e viceversa. Per motivi estetici, la VSF greggia per le applicazioni tessili è prevalentemente fornita nella versione lucida, mentre la VSF destinata alle applicazioni non tessili è di norma venduta nella versione opaca.

#### **Sufficiente grado di sostituibilità sul versante dell'offerta**

- (84) Nondimeno, i risultati dell'indagine di mercato della Commissione indicano un grado di sostituibilità sul versante dell'offerta sufficiente ad includere entrambi i tipi di VSF nello stesso mercato rilevante. Le fibre per le applicazioni tessili e non tessili si possono ottenere utilizzando le stesse linee di produzione. I cinque produttori di VSF greggia attualmente attivi nel SEE <sup>(69)</sup> producono fibre per entrambi i tipi di applicazioni e possono passare agevolmente dalla VSF greggia per uso tessile a quella per applicazioni non tessili in breve tempo e senza dover sostenere costi o affrontare rischi significativi.

#### **Conclusione**

- (85) Nonostante le differenze presenti sul versante della domanda, che indicano l'esistenza di diversi segmenti di mercato, la Commissione conclude quindi che il mercato del prodotto rilevante non è meno ampio di un mercato della VSF greggia <sup>(70)</sup>.

#### **b) Fibra di viscosa tinta in massa**

- (86) Mentre la VSF greggia è venduta in stato sbiancato o bianco greggio, la specificità della VSF tinta in massa è che la tintura avviene già nel bagno dissolvente, cioè prima della formazione delle fibre mediante pressione del prodotto denso attraverso le filiere.
- (87) La parte notificante afferma che la VSF tinta in massa può essere sostituita dalla VSF greggia, in quanto la tintura può avvenire anche in una fase successiva del processo di produzione. L'indagine di mercato della Commissione non ha però confermato questo parere. Al contrario, i risultati dell'indagine inducono ad operare una distinzione tra VSF greggia e VSF tinta in massa.

#### **Scarsa sostituibilità sul versante della domanda**

- (88) Dal punto di vista della domanda, va rilevato che l'ampia maggioranza degli acquirenti che hanno risposto al questionario della Commissione e che utilizzano fibre tinte in massa ha negato che passerebbe alla VSF greggia in caso di un piccolo incremento permanente dei prezzi della VSF tinta in massa del 5-10 %. La scarsa propensione a cambiare fibra tra gli acquirenti che acquistano VSF tinta in massa è principalmente dovuta a considerazioni in materia di prezzo e qualità.
- (89) Gli acquirenti interpellati dalla Commissione hanno dichiarato che, rispetto alle fibre tinte in una fase più avanzata del processo di produzione, la VSF tinta in massa presenta una maggiore solidità dei colori, in particolare se esposta alla luce solare (solidità alla luce). Inoltre, gli acquirenti hanno anche affermato che per tingere le fibre nel processo di produzione a valle sono necessari considerevoli investimenti <sup>(71)</sup>. È stato altresì rilevato che vi sono applicazioni per le quali l'uso della VSF tinta in massa è assolutamente indispensabile, in particolare i panni colorati per la pulizia della casa e alcuni tipi di filato speciale (filato bicolore).

<sup>(69)</sup> Essi sono Acordis, Lenzing, Säteri Oy in Finlandia, Svenska Rayon in Svezia e SNIACE in Spagna.

<sup>(70)</sup> Tuttavia, anche se la definizione dei mercati fosse più limitata, l'analisi della Commissione sotto il profilo della concorrenza resterebbe sostanzialmente invariata.

<sup>(71)</sup> È considerato necessario un investimento di circa 1 milione di EUR.

- (90) Un gran numero degli acquirenti che hanno risposto al questionario della Commissione ha inoltre posto in rilievo le considerazioni in materia di prezzo. Da un lato, il livello medio dei prezzi della VSF tinta in massa è circa il [...] \* % più elevato <sup>(72)</sup> di quello della VSF greggia non colorata per applicazioni tessili o non tessili, in quanto la produzione di VSF tinta in massa è a maggiore intensità di manodopera e richiede una pulizia specifica ad ogni cambio di colore. Dall'altro lato, la VSF tinta in massa è comunque considerata meno costosa della VSF tinta in una fase più avanzata del processo di produzione, anche in caso di un ipotetico incremento dei prezzi della VSF tinta in massa del 5-10 %.
- (91) Nella risposta <sup>(73)</sup>, le parti sostengono che le differenze tra i prezzi delle fibre tinte in massa e non tinte («écru»), corretti per tenere conto della tintura, sono inferiori al valore considerato dalla Commissione. Le parti indicano differenze comprese tra [...] \*.
- (92) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione ribadisce che sussiste una differenza di prezzo significativa tra fibre tinte in massa e fibre gregge «écru». Oltre al costo del colorante, la discrepanza tra le cifre indicate dalle parti nella risposta e quelle indicate dalla Commissione nella comunicazione delle obiezioni è riconducibile al fatto che le parti detraggono anche maggiori costi salariali e di scarto per le fibre tinte in massa. La tesi della Commissione, tuttavia, non si basa sulla diversa struttura dei costi dei due prodotti sul versante dell'offerta, bensì sul parere degli acquirenti sul versante della domanda, secondo cui tingere le fibre in una fase successiva è più costoso. Questo parere non è stato contestato dalle parti nella risposta.

#### **Scarsa sostituibilità sul versante dell'offerta**

- (93) Anche sul versante dell'offerta sussistono ostacoli alla sostituzione. Due fornitori europei che attualmente non producono fibre tinte in massa hanno affermato che un piccolo incremento permanente dei prezzi della VSF tinta in massa dell'ordine del 5-10 % non costituirebbe un incentivo sufficiente per passare a tale produzione. Sarebbero altresì necessari investimenti supplementari nella tecnologia specifica per la miscela, la prova e l'iniezione del colorante, il post-trattamento e l'essiccazione <sup>(74)</sup>. Alcuni concorrenti hanno inoltre dichiarato che nel loro caso la produzione di VSF tinta in massa, caratterizzata da piccole serie, non sarebbe economicamente fattibile anche in caso di un incremento dei prezzi del 5-10 %.

#### **Analisi della correlazione dei prezzi**

- (94) Ulteriori conferme dell'esistenza di un mercato distinto della VSF tinta in massa sono fornite dall'analisi della correlazione dei prezzi effettuata dalla Commissione (cfr. considerandi 107-109 e tabella 3).

#### **Conclusione**

- (95) Si può quindi concludere che la VSF greggia e la VSF tinta in massa costituiscono mercati del prodotto distinti.

<sup>(72)</sup> In base ai prezzi netti di vendita indicati da Lenzing e Acordis per il 2000. La Commissione riconosce che la cifra indicata nella comunicazione delle obiezioni [...] \* può essere leggermente sovrastimata. [...] \*. La Commissione riconosce altresì che tali cifre non tengono conto dei costi supplementari del colorante.

<sup>(73)</sup> Paragrafo 2.29.

<sup>(74)</sup> La parte notificante stima che il costo di capitale da sostenere per attrezzare un impianto di produzione di fibre di viscosa per la produzione di VSF tinta in massa è di circa [...] \* EUR per una capacità di 10 000 tonnellate annue.

c) **Fibra di viscosa per tamponi (assorbenti igienici)**

- (96) Oltre alla distinzione tra VSF greggia e VSF tinta in massa, anche la fibra di viscosa in fiocco per tamponi dev'essere trattata separatamente. Gli acquirenti di queste fibre appartengono a un'altra categoria, in quanto la VSF per tamponi è venduta direttamente ai fabbricanti del prodotto finale mentre, in generale, la VSF greggia per applicazioni tessili e non tessili<sup>(75)</sup> è venduta a produttori intermedi, cioè ad imprese di filatura per le applicazioni tessili e a fabbricanti di materiale in rotoli per le applicazioni non tessili<sup>(76)</sup>.

**Caratteristiche distintive del prodotto**

- (97) In primo luogo, i risultati dell'indagine di mercato dimostrano che la VSF per tamponi igienici si distingue nettamente dalle altre fibre di viscosa per le sue proprietà fisiche e antibatteriche, in quanto deve conformarsi a requisiti più rigorosi in materia di sicurezza, qualità e regolamentazione. I produttori devono garantire la purezza microbiologica. Le fibre devono essere più compatte e presentare una maggiore capacità di assorbimento e di ritenzione dei liquidi. I produttori di tamponi igienici convengono unanimemente sul fatto di non poter utilizzare altre fibre di viscosa, quali la VSF greggia per applicazioni tessili o non tessili o la VSF tinta in massa (cfr. considerandi 82-85 e 86-95).

**Scarsa sostituibilità della domanda con il cotone**

- (98) In secondo luogo, sebbene le parti interessate alla concentrazione sostengano che il cotone si possa usare come sostituto della VSF, o per la produzione di tamponi al 100 % di cotone o di tamponi di cotone in mischia con la viscosa, l'indagine di mercato della Commissione non conferma questo parere. I produttori di tamponi igienici hanno unanimemente dichiarato che il contenuto di VSF nei loro prodotti si può ridurre solo in misura limitata senza compromettere la qualità del prodotto, data la maggiore capacità di assorbimento e di ritenzione dei liquidi della VSF. La produzione di un tipo di tampone in puro cotone è stata addirittura interrotta per motivi di qualità. In caso di un piccolo incremento permanente dei prezzi del 5 %, nessun fabbricante di tamponi aumenterebbe il contenuto di cotone nei suoi prodotti; se il prezzo della VSF per tamponi dovesse aumentare del 10 %, solo un acquirente ridurrebbe marginalmente il contenuto di viscosa nella mischia del 5-10 %, mentre nessun altro acquirente modificherebbe la propria mischia nel breve o medio periodo. Un acquirente ha persino affermato che, a prescindere dall'andamento dei prezzi, stava valutando la possibilità di ridurre, non aumentare, il contenuto di cotone nei suoi tamponi.
- (99) Gli ostacoli alla sostituzione sono considerati elevati dai fabbricanti di tamponi, in quanto le fibre usate per i tamponi igienici devono rispettare i suddetti requisiti in materia di qualità e in alcuni casi è obbligatoria l'autorizzazione regolamentare. I tempi e i costi di sostituzione, il calo di produzione e il rischio di difetti di qualità sono fattori altrettanto significativi. È stato inoltre affermato che i consumatori manifestano una crescente avversione nei confronti dei prodotti geneticamente modificati, compreso il cotone geneticamente modificato; i margini per sostituire la VSF per tamponi con il cotone si riducono quindi ulteriormente. Di conseguenza, sulla base dei risultati dell'indagine di mercato della Commissione, si può concludere che la VSF per tamponi non appartiene allo stesso mercato del prodotto del cotone. Questa conclusione è altresì confermata dall'analisi della correlazione dei prezzi effettuata dalla Commissione (cfr. considerandi 107-109 e tabella 3).

<sup>(75)</sup> Con la possibile eccezione delle fibre per cotone idrofilo (ovatta) (cfr. considerando 104), che possono anche essere vendute direttamente ai fabbricanti di prodotti finiti.

<sup>(76)</sup> Ciò vale anche nel caso in cui un'impresa produca sia tamponi sia altri prodotti di viscosa, quali i prodotti per la cura personale o le salviette per neonati. In tal caso, l'impresa acquista la VSF per tamponi direttamente dal produttore di VSF e reperisce la materia prima per gli altri prodotti presso i fabbricanti di materiale in rotoli (cfr. considerando 82 e nota 68).



**Scarsa sostituibilità della domanda con la VSF per cotone idrofilo (ovatta)**

- (100) In terzo luogo, una delle imprese partecipanti alla concentrazione afferma che la VSF per tamponi può essere sostituita dalla VSF per cotone idrofilo (ovatta) e fornisce l'esempio di un produttore che utilizzerebbe lo stesso tipo di VSF per la fabbricazione di tamponi e di cotone igienici e di cotone idrofila <sup>(77)</sup>.
- (101) Sebbene sia forse possibile utilizzare la VSF per tamponi nella fabbricazione di cotone idrofilo (ovatta) per i prodotti per l'igiene personale, la sostituibilità in senso inverso non è risultata sufficiente ad includere i due tipi di fibre nello stesso mercato rilevante. Al contrario, l'indagine di mercato ha dimostrato che soltanto un produttore di tamponi utilizzerebbe le fibre destinate alla produzione di cotone idrofilo (ovatta) per la fabbricazione di tamponi, il che è dovuto a caratteristiche del prodotto diverse e ai più severi requisiti clinici e microbiologici per i tamponi. Le fibre destinate alla produzione di cotone idrofilo, siano esse di cotone o di viscosa, non appartengono quindi allo stesso mercato del prodotto della VSF per tamponi.

**Scarsa sostituibilità dell'offerta con altre fibre di viscosa in fiocco**

- (102) In quarto luogo, le parti sostengono che anche sul versante dell'offerta esiste un sufficiente grado di sostituibilità con altri tipi di VSF, che consente ai produttori di VSF di passare agevolmente alla produzione di VSF per tamponi. Questo parere non è confermato dall'indagine di mercato. Sebbene il passaggio sia fattibile per un concorrente europeo delle parti che già produce determinati quantitativi di VSF per tamponi <sup>(78)</sup>, gli altri due produttori europei di VSF, che attualmente non producono VSF per tamponi, hanno esplicitamente affermato che non passerebbero alla produzione di tale tipo di fibra in caso di un incremento permanente dei prezzi del 5-10 %. Un produttore ha citato i considerevoli investimenti richiesti da tale passaggio <sup>(79)</sup>, mentre l'altro ha addotto motivi commerciali.

**Conclusione**

- (103) La Commissione conclude quindi che la VSF per tamponi (assorbenti igienici) costituisce un mercato del prodotto distinto.

**d) Fibre di viscosa in fiocco per cotone idrofilo (ovatta) per i prodotti per l'igiene personale**

- (104) I termini cotone idrofilo e ovatta sono talvolta usati come sinonimi e talvolta in modo distinto, nel senso che «cotone idrofilo» si riferisce a quello utilizzato nei prodotti per l'igiene personale e «ovatta» all'imbottitura di giacche a vento, sacchi a pelo, sedili di veicoli, ecc. La VSF per ovatta (in quest'ultimo significato) è stata inclusa nei calcoli relativi alla VSF greggia (per non tessuti), come proposto dalla parte notificante <sup>(80)</sup>. Non è necessario stabilire se la VSF usata nel cotone idrofilo per prodotti per l'igiene personale costituisca un mercato distinto o appartenga a un mercato più ampio. Alla luce delle dimensioni modeste di questo settore, l'eventuale inclusione della VSF usata

<sup>(77)</sup> Analogamente, un piccolo produttore europeo di VSF per tamponi non opera una distinzione tra le fibre che vende per la produzione di cotone idrofilo (ovatta) e di tamponi.

<sup>(78)</sup> Nel caso di questa impresa, il passaggio comporterebbe soltanto un aumento della capacità di produzione di VSF per tamponi, non l'entrata sul mercato. Nondimeno, anche solo la possibilità di introdurre tale modifica della capacità di produzione non è stata confermata da questo produttore.

<sup>(79)</sup> Analogamente, la parte notificante dichiara che la produzione di VSF per tamponi comporta il rispetto di determinati criteri in materia di qualità e di purezza e che i controlli richiedono apparecchiature speciali e impianti di magazzinaggio puliti, onde evitare la contaminazione delle fibre. È raccomandata l'osservanza del codice di comportamento volontario dell'EDANA (Associazione europea dei prodotti monouso e dei non tessuti); (risposta di Acordis alla richiesta di informazioni della Commissione del 15 maggio 2001).

<sup>(80)</sup> L'ovatta per prodotti diversi da quelli igienici non presenta differenze significative rispetto ad altri prodotti non tessuti (vi sono piccole differenze negli additivi usati, ma la sostituzione non presenta difficoltà).

nel cotone idrofilo per i prodotti per l'igiene personale nel mercato della VSF greggia non influisce in modo significativo sulla valutazione di detto mercato sotto il profilo della concorrenza, in quanto le vendite totali di cotone idrofilo per i prodotti per l'igiene personale nel SEE rappresentano meno del [1-5 %]\* (in volume) del mercato della VSF greggia (circa [ $< 10$ ]\* kt). L'operazione notificata non susciterebbe preoccupazioni sotto il profilo della concorrenza neppure se si definisse un mercato del prodotto distinto per la VSF per il cotone idrofilo per i prodotti per l'igiene personale. Poiché la quota di mercato congiunta delle parti su tale mercato non è superiore al 15 %, esso non sarebbe nemmeno un mercato interessato.

e) **Altri prodotti speciali in fibra di viscosa in fiocco e in stoppa di viscosa**

- (105) Sia Lenzing sia Acordis producono altre specialità di VSF, che non possono essere sostituite dai prodotti di viscosa individuati. La fibra Modal di Lenzing, una fibra tessile con modulo ad umido che presenta migliori caratteristiche di impiego nel settore tessile, appartiene ad un mercato distinto <sup>(81)</sup>, mentre la stoppa di viscosa di Acordis (che ne produce tre tipi diversi: casame, fibra corta e stoppa stesa allo stato umido) appartiene ad almeno un mercato distinto <sup>(82)</sup>. Le considerazioni sia dal punto di vista della domanda (i prodotti sono completamente diversi in termini di proprietà e di modo in cui sono percepiti dagli acquirenti), sia dal punto di vista dell'offerta (poiché sono necessarie linee di produzione speciali, i fabbricanti non possono passare ad altri prodotti di viscosa) confermano questo parere. Non è necessario definire il mercato del prodotto per un'altra fibra speciale di Lenzing, la VSF ignifuga, in quanto i quantitativi prodotti non sono significativi e la sua inclusione nel mercato della VSF greggia (l'unico prodotto con cui sarebbe sostituibile sul versante dell'offerta) non influisce sulla valutazione della concentrazione notificata. Lo stesso vale per diverse altre specialità prodotte da Acordis, vendute in quantitativi ancora inferiori.
- (106) Se fossero definiti come mercati distinti, nessuno di questi prodotti speciali costituirebbe un mercato interessato, in quanto non sussistono sovrapposizioni tra le attività delle parti in relazione ad alcuno di essi.

f) **Analisi della correlazione dei prezzi**

- (107) L'analisi della correlazione dei prezzi effettuata dalla Commissione conferma le conclusioni suesposte in merito ai mercati rilevanti del prodotto nel comparto della VSF (cfr. tabella 3).

Tabella 3

**Risultati dell'analisi della correlazione dei prezzi effettuata dalla Commissione per i tre mercati del prodotto nel comparto della VSF (I coefficienti si basano su dati forniti dalle parti)**

	VSF greggia	VSF tinta in massa	Cotone	Poliestere PB	Poliestere PA	Polipropilene PB	Polipropilene PA
VSF greggia	1	0,72	0,44	0,69	0,76	0,27	0,33
VSF tinta in massa	0,72	1	0,31	0,30	0,40	0,48	0,52
VSF per tamponi igienici	0,36	0,20	0,43	0,43	0,39	0,34	0,01

<sup>(81)</sup> A causa della chiusura di impianti dei concorrenti, Lenzing è nel frattempo diventato l'unico fabbricante di questo prodotto a livello mondiale.

<sup>(82)</sup> In senso stretto, la stoppa non è una fibra in fiocco, in quanto il fascio di fibre estruse non viene tagliato in fiocchi; tuttavia, data l'analogia delle prime fasi del processo di produzione, essa è in genere considerata appartenere alla stessa categoria della VSF.

- (108) Per quanto riguarda la correlazione tra i diversi tipi di VSF (VSF greggia e VSF tinta in massa), il coefficiente più elevato è intorno a 0,7. L'analisi della Commissione ha rivelato che tale coefficiente è artificialmente alto, in quanto deriva da costi comuni e, in certa misura, da una tendenza comune. Infatti, in base ai dati forniti dalle parti per il 2000, [in media > 75 %]\* del costo della VSF tinta in massa è costituita da costi comuni con la VSF greggia. Le serie di prezzi di entrambi i prodotti sono in larga misura prestabilite da tali costi comuni, in quanto i costi rappresentano [ > 75 %]\* del prezzo netto di entrambi i prodotti. Il coefficiente di correlazione che ne risulta non è quindi dovuto ad un'interazione concorrenziale tra i due prodotti, ma ad influenze comuni <sup>(83)</sup>.
- (109) Per quanto riguarda le correlazioni tra VSF greggia e poliestere (massimo 0,76), i coefficienti rimangono inferiori al livello di norma considerato indicativo dell'esistenza di un mercato del prodotto più ampio <sup>(84)</sup>. Tuttavia, come già illustrato, può emergere una falsa correlazione elevata se i prezzi di entrambi i prodotti subiscono influenze comuni. In questo caso specifico, l'analisi della Commissione ha dimostrato che i coefficienti di correlazione sono artificialmente elevati, in quanto risultano da una tendenza comune e non da un'interazione concorrenziale tra i due prodotti <sup>(85)</sup>.
- (110) Nella risposta <sup>(86)</sup>, le parti sostengono che si dovrebbe dare maggior peso ai casi di effettiva sostituzione anziché ai dati di correlazione. Le parti segnalano inoltre presunte incongruenze e carenze nell'analisi delle correlazioni della Commissione. In particolare, rilevano che:
- secondo la Commissione la correlazione tra viscosa e poliestere (PA) sarebbe solo 0,44 in una parte della comunicazione delle obiezioni e 0,76 in un'altra parte della comunicazione <sup>(87)</sup>,
  - per l'analisi della correlazione dei prezzi si dovrebbero usare i dati relativi alle operazioni commerciali effettive <sup>(88)</sup>,
  - la periodicità dei dati non è adeguata <sup>(89)</sup>,
  - si devono esaminare le variazioni dei prezzi sia transitorie sia non transitorie <sup>(90)</sup>.

<sup>(83)</sup> L'analisi della correlazione dei prezzi può sovrastimare la portata del mercato rilevante se si verifica una correlazione spuria. Per correlazione spuria s'intende che i coefficienti di correlazione elevati (per esempio, 0,72 tra VSF greggia e VSF tinta in massa) sono indotti da influenze comuni, quali i costi comuni o le tendenze comuni, anziché da un'interazione concorrenziale tra i due prodotti.

Tendenze comuni: al riguardo, la Commissione ha effettuato un test di cointegrazione. In termini generali, un test di cointegrazione si basa sull'ipotesi che due serie di dati non divergano nel lungo periodo se i prodotti interessati appartengono allo stesso mercato, nel qual caso in gergo econometrico tali serie sono dette stazionarie. Per contro, se la VSF greggia e la VSF tinta in massa appartengono a due mercati diversi, il prezzo relativo tra le due serie temporali dovrà essere non stazionario, in quanto un grado elevato di correlazione tra le due serie temporali sarà dovuto a una tendenza comune. Infatti, i risultati dei test statistici nel presente caso (cfr. spiegazioni sul test di radice unitaria) sono sempre rimasti inferiori ai valori critici. È quindi lecito concludere che la VSF greggia e la VSF tinta in massa non appartengono allo stesso mercato.

Test di radice unitaria: la Commissione ha usato un test ADF e ha esaminato l'ipotesi nulla che i prezzi relativi tra VSF greggia e VSF tinta in massa siano non stazionari. Specificamente, se il risultato del test è inferiore al valore critico, l'ipotesi nulla non può essere respinta, il che significa che non si ripristina un equilibrio a lungo termine dei prezzi relativi e i due prodotti non rientrano nello stesso mercato rilevante.

<sup>(84)</sup> Correlazioni superiori a quelle indicate nella tabella 1 sono state considerate insufficienti in decisioni precedenti, in quanto la Commissione ha considerato elevate le correlazioni superiori a 0,80 e basse quelle inferiori a 0,65. Cfr., per esempio, decisione della Commissione del 19 luglio 2000 nel caso COMP/M.1939 — Rexam (PLM)/American National Can (considerando 12).

<sup>(85)</sup> A tal fine la Commissione ha effettuato test di cointegrazione (cfr. nota 83). Tale test rivela che l'alto livello di correlazione tra i due prodotti è dovuto a una tendenza comune e non ad un'interazione concorrenziale tra VSF greggia e poliestere.

<sup>(86)</sup> Paragrafi 2.2 (terzo trattino), 2.16 e segg. e paragrafo 3.11.

<sup>(87)</sup> Cfr. paragrafo 2.19 della risposta.

<sup>(88)</sup> Cfr. paragrafo 2.16 della risposta, che rimanda all'allegato 4 («documento NERA», in particolare paragrafo 3.1).

<sup>(89)</sup> Cfr. paragrafo 2.16 della risposta, che rimanda all'allegato 4 («documento NERA», in particolare paragrafo 3.2).

<sup>(90)</sup> Cfr. paragrafo 2.16 della risposta, che rimanda all'allegato 4 («documento NERA», in particolare paragrafo 3.4).

- (111) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione considera l'analisi della correlazione dei prezzi e dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo da essa effettuata nel presente caso uno strumento attendibile per confermare le sue conclusioni in merito alla definizione dei mercati del prodotto rilevanti.
- (112) In primo luogo, per quanto riguarda le critiche generali sull'impiego di tale analisi per definire il mercato, si deve rilevare quanto segue:
- come illustrato in precedenza (cfr. considerando 79), la Commissione non si è basata esclusivamente su un'analisi della correlazione dei prezzi e dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo, ma ha usato tali analisi come elemento complementare a sostegno dei risultati dell'indagine di mercato,
  - la Commissione ha sempre precisato che un grado elevato di correlazione tra due serie di prezzi non costituisce una condizione necessaria né sufficiente a concludere che due prodotti appartengono allo stesso mercato. La Commissione considera invece la correlazione un indicatore del grado di concorrenza presente su determinati mercati. Inoltre, la Commissione conviene con le parti sul fatto che l'analisi delle correlazioni debba essere esaminata con prudenza. In particolare, essa ritiene che possano emergere correlazioni artificialmente elevate (correlazioni falsamente positive o correlazioni spurie) se i prezzi di due prodotti sono condizionati da un elemento comune (per esempio costi comuni) e/o da una tendenza comune. Analogamente, la correlazione può risultare artificialmente bassa, per esempio a causa di sfasamenti significativi nella risposta. Inconvenienti di questo tipo si possono tuttavia evitare utilizzando un test di cointegrazione o un test di radice unitaria. Nel presente caso la Commissione ha effettuato proprio questi due test <sup>(91)</sup>.
- (113) In secondo luogo, la Commissione non riscontra incongruenze nei risultati della sua analisi:
- è bene sottolineare che i test sono stati effettuati in base ai dati forniti dalle parti stesse <sup>(92)</sup>,
  - in termini generali, il prezzo della VSF indicato dalle parti è necessariamente un prezzo artificioso, in quanto è dato dall'aggregazione dei prezzi dei diversi segmenti del mercato della VSF,
  - poiché i risultati dell'indagine di mercato indicano chiaramente la necessità di suddividere il mercato in diversi segmenti, il prezzo della VSF utilizzato è dato dalla somma del valore dei diversi segmenti della VSF (cioè i prezzi dei diversi segmenti moltiplicati per i quantitativi corrispondenti) divisa per il quantitativo totale,
  - la Commissione ha riscontrato un grado di correlazione non trascurabile tra VSF greggia e poliestere, ma non tra VSF tinta in massa, VSF per tamponi e poliestere. Autonomamente, e in base a diversi dati sui prezzi anch'essi forniti dalle parti, la Commissione ha verificato il proprio parere secondo cui la VSF costituisce almeno un mercato del prodotto distinto,
  - il fatto che la Commissione abbia usato due insiemi di serie di prezzi (sia la serie di prezzi aggregati della VSF sia i dati sui prezzi specifici delle parti per tre diversi segmenti della VSF) e che abbia esaminato ciascuna di esse non è affatto incongruente. Del pari, non è incongruente che le correlazioni della serie di prezzi aggregati non corrispondano alla media aritmetica delle correlazioni della serie dei prezzi delle singole componenti. Poiché il grado di correlazione relativamente più elevato tra poliestere (PA) e VSF greggia è dovuto a tendenze comuni, la Commissione non considera sconcertante che tali tendenze comuni si ridimensionino se si includono nell'analisi delle correlazioni altri prodotti di viscosa (i quali potrebbero non essere soggetti a dette tendenze comuni) <sup>(93)</sup>.

<sup>(91)</sup> Cfr. nota 83.

<sup>(92)</sup> Cfr. considerando 76.

<sup>(93)</sup> Va inoltre rilevato che i tre mercati del prodotto della VSF, dei quali si analizzano le correlazioni con altre fibre (e l'uno con l'altro) non sono gli unici segmenti di tale mercato (cfr. considerandi 104-105) ed è lecito supporre che i prezzi di tali altri prodotti di viscosa abbiano avuto una certa influenza sulla serie di prezzi aggregati della VSF considerata.

- (114) Infine, per quanto riguarda le osservazioni delle parti riguardo ai dati sulle operazioni commerciali, la periodicità e le variazioni transitorie e non transitorie dei prezzi, si deve tenere conto di quanto segue:
- occorre rilevare che le parti non hanno fornito dati sulle operazioni commerciali per il cotone, il poliestere e il polipropilene, sebbene la Commissione li abbia richiesti. Nondimeno, la Commissione è del parere che i dati sul fatturato forniti dalle parti riflettano in modo adeguato il valore medio dei prezzi delle operazioni. In particolare, i dati forniti per il poliestere riguardano sia grandi che piccoli acquirenti e si possono considerare una misura significativa delle operazioni effettive,
  - al fine di confermare l'adeguata periodicità dei dati, la Commissione ha verificato l'analisi delle correlazioni in base a diversi sfasamenti temporali; le variazioni tra i risultati del test sono tuttavia trascurabili,
  - per quanto riguarda l'osservazione delle parti in merito alle variazioni transitorie o non transitorie dei prezzi, i test di radice unitaria effettuati dalla Commissione tengono debitamente conto di questo aspetto.

g) **Conclusioni**

- (115) Per i motivi suesposti, la Commissione conclude che la VSF greggia, la VSF tinta in massa e la VSF per tamponi costituiscono tre mercati del prodotto distinti.

5. I MERCATI RILEVANTI DEL PRODOTTO NEL COMPARTO DEL LYOCELL

- (116) Non è necessario stabilire se il mercato del lyocell debba essere suddiviso ulteriormente, in quanto la valutazione dell'operazione notificata sotto il profilo della concorrenza non cambierebbe (cfr. considerandi 231-246).

6. IL MERCATO RILEVANTE DEL PRODOTTO PER LA TECNOLOGIA DI PRODUZIONE E TRASFORMAZIONE DEL LYOCELL

- (117) La tecnologia per la produzione e la trasformazione sia delle fibre in fiocco sia del filato continuo di lyocell è completamente diversa dalla tecnologia per la produzione e la trasformazione di qualsiasi altra fibra<sup>(94)</sup>. Mentre la tecnologia per la viscosa (compresa la compatibilità con l'ambiente) è ben consolidata e diffusa, la tecnologia per la produzione del lyocell è piuttosto recente. È stata sviluppata a partire dagli anni Settanta e ha trovato la prima applicazione commerciale negli anni Novanta. È caratterizzata dall'esistenza di un gran numero di brevetti. Sebbene alcuni brevetti iniziali siano già scaduti, altri sono ancora in vigore, principalmente quelli relativi al processo di produzione e al trattamento del lyocell (cfr. considerandi 246-247).
- (118) Acordis e Lenzing sono operatori di primo piano su questo mercato, nel quale sono attive anche alcune imprese dell'Asia orientale e l'impresa di engineering tedesca Zimmer AG, in parte in cooperazione con istituti di ricerca. Alcune di queste imprese sono anche attive nella produzione del lyocell, mentre altre no, per esempio Zimmer AG. Nel 1997 Acordis e Lenzing hanno concluso un accordo di concessione reciproca di licenze per la rispettiva tecnologia del lyocell. [...]» Da detto accordo emerge chiaramente che Lenzing e Acordis operano già su questo mercato in veste di licenzianti e licenziatari di sublicenze e che quindi avvengono scambi di licenze<sup>(95)</sup>. Lo stesso accordo dimostra inoltre che questo mercato non solo comprende la tecnologia per la produzione e la trasformazione delle fibre in fiocco, ma anche per altri prodotti di lyocell, per esempio pellicole estruse, membrane e filati. Poiché la tecnologia in questi altri settori è legata alla tecnologia per la produzione e la trasformazione di fibre di lyocell attraverso alcuni brevetti comuni a tutti i settori, tali settori della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell appartengono allo stesso mercato del prodotto. Inoltre, la tecnologia per il filato continuo di lyocell non è ancora entrata nella fase di produzione commerciale e di conseguenza la concorrenza in questo ambito può solo avvenire al livello della tecnologia. L'indagine di mercato della Commissione ha altresì evidenziato l'esistenza di una domanda di licenze per la tecnologia del lyocell.

<sup>(94)</sup> Per i particolari cfr. considerando 70.

<sup>(95)</sup> [...]».

- (119) Nella risposta <sup>(96)</sup>, le parti sostengono che non esiste un mercato della tecnologia del lyocell, in quanto attualmente l'attività di concessione di licenze per la tecnologia e i brevetti relativi al lyocell non è significativa; considerano inoltre molto insolito identificare un mercato distinto della tecnologia. In secondo luogo, le parti affermano di non essere attive nella concessione di sublicenze e che Zimmer AG è al momento l'unico fornitore significativo.
- (120) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione conferma la sua definizione di un mercato del prodotto distinto della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell (comprendente sia le fibre in fiocco sia il filato continuo). In primo luogo, va rilevato che, contrariamente alla risposta delle parti, la definizione di un mercato distinto della tecnologia è conforme alla prassi consolidata della Commissione e non può quindi essere considerata «molto insolita» <sup>(97)</sup>.
- (121) In secondo luogo, la Commissione considera l'attuale attività in questo settore sufficiente a costituire un mercato distinto. Infatti, sembra esistere una domanda significativa, da parte di produttori potenziali di lyocell, per la tecnologia di produzione e trasformazione del lyocell; le parti stesse forniscono una serie di esempi nella risposta e rilevano che Zimmer AG commercializza la sua tecnologia da due anni <sup>(98)</sup>. Inoltre, un certo numero di licenze è già stato concesso dalle parti stesse <sup>(99)</sup> e né le circostanze nelle quali sono state concesse («del tutto eccezionali») né lo scopo cui sono destinate («non riguardante la produzione di fibre di lyocell») <sup>(100)</sup> possono essere determinanti per la definizione dei mercati del prodotto. Al contrario, il fatto stesso che le licenze siano state concesse in condizioni eccezionali, non legate alla produzione di fibre di lyocell, dimostra, secondo la Commissione, che la tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell, da un lato, e la produzione di fibre di lyocell, dall'altro, non sono indissolubilmente legate l'una all'altra e meritano una valutazione separata <sup>(101)</sup>.
- (122) In terzo luogo, non tutte le imprese e gli istituti che sviluppano la tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell sono al tempo stesso attive nella produzione di lyocell. Come già rilevato (cfr. considerando 119) e confermato dalle parti nella risposta <sup>(102)</sup>, l'impresa tedesca Zimmer AG si dedica allo sviluppo e alla vendita della tecnologia per il lyocell, ma non alla produzione di lyocell; lo stesso vale per l'istituto di ricerca Thüringisches Institut für Textil- und Kunststoff-Forschung eV (TITK) <sup>(103)</sup>. Il fatto che nel settore della produzione del lyocell e in quello della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell siano attivi operatori diversi costituisce una chiara indicazione dell'esistenza di un mercato distinto della tecnologia.
- (123) La Commissione conclude quindi che esiste un mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell, distinto dal mercato a valle della produzione e della vendita di lyocell.

## 7. CONCLUSIONE

- (124) Alla luce delle considerazioni suesposte, la Commissione conclude che le seguenti categorie di prodotti costituiscono i mercati del prodotto rilevanti da prendere in considerazione nella valutazione dell'operazione notificata sotto il profilo della concorrenza:

— fibra di viscosa in fiocco greggia,

— fibra di viscosa in fiocco tinta in massa,

<sup>(96)</sup> Paragrafo 4.2.

<sup>(97)</sup> Cfr. decisione 94/811/CE della Commissione, dell'8 giugno 1994, nel caso IV/M.269 — Shell/Montecatini (GU L 332 del 22.12.1994, pag. 48) (considerando 44); decisione della Commissione del 13 marzo 1995 nel caso IV/M.550 — Union Carbide/Enichem (considerando 36); decisione della Commissione del 23 ottobre 1997 nel caso IV/M.1007 — Shell/Montell (considerando 7); cfr. anche decisione della Commissione del 29 marzo 2000 nel caso COMP/M.1751 — Shell/BASF/JV-Project Nicole (considerando 15).

<sup>(98)</sup> Paragrafo 4.2, terzo trattino.

<sup>(99)</sup> [Riferimenti alle risposte ed a documenti interni]\*.

<sup>(100)</sup> Cfr. risposta delle parti, paragrafo 4.2, secondo trattino.

<sup>(101)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(102)</sup> Paragrafo 4.2, secondo e terzo trattino.

<sup>(103)</sup> Ciò è stato confermato dalle parti nella risposta (paragrafo 4.2).

- fibra di viscosa in fiocco per tamponi (assorbenti igienici),
  
- lyocell,
  
- tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell.

#### B. I MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI

- (125) Le parti sostengono, in base alla loro definizione del mercato del prodotto (cfr. considerando 19), che la dimensione geografica del mercato, che comprende tutti i mercati del prodotto summenzionati, è mondiale. Tuttavia, questa valutazione non è confermata dall'esito dell'indagine di mercato della Commissione per i tre mercati del prodotto rilevanti della VSF e per il lyocell.

##### 1. FIBRE DI VISCOSA IN FIOCCO (VSF GREGGIA, VSF TINTA IN MASSA E VSF PER TAMPONI)

- (126) Per quanto riguarda la viscosa, il livello delle importazioni è molto modesto; nel 2000, circa [ $< 10\%$ ]\* del consumo di VSF nel SEE è stato importato da paesi terzi. I livelli delle importazioni non hanno registrato aumenti significativi nel corso degli ultimi sei anni<sup>(104)</sup>. L'indagine di mercato ha dimostrato che un'ampia maggioranza dei terzi che hanno risposto ai questionari della Commissione non utilizza VSF importata da paesi non appartenenti al SEE, principalmente per motivi di qualità. Gli acquirenti hanno spiegato che la qualità dei prodotti che si possono importare da paesi terzi situati al di fuori del SEE presenta notevoli differenze rispetto alle fibre prodotte nel SEE, in particolare rispetto alla qualità dei prodotti delle parti<sup>(105)</sup>. Molti acquirenti interpellati ritengono che non potrebbero soddisfare le esigenze ed i requisiti della propria clientela se dovessero usare la VSF importata. Una percentuale significativa degli acquirenti che hanno risposto al questionario della Commissione non era neppure a conoscenza di fornitori di VSF al di fuori del SEE. Inoltre, gran parte degli interpellati nutre dubbi in merito all'affidabilità e alla flessibilità delle forniture dei produttori di viscosa situati al di fuori del SEE. I costi di trasporto del [ $1-10\%$ ]\* e le tariffe doganali del  $5,2\%$  (in scadenza nel 2004) incidono anch'essi, sia pure in misura secondaria, quali ostacoli geografici all'ingresso sul mercato.
- (127) Va rilevato che le importazioni sono modeste nonostante il fatto che i prezzi della VSF prodotta nel SEE siano considerati superiori a quelli delle fibre prodotte in altre aree geografiche, in particolare in Estremo Oriente, dove sono stabiliti ed operano i principali produttori non europei di viscosa. Infatti, persino la minoranza di acquirenti che sarebbero disposti a passare alle importazioni da paesi terzi ha dichiarato che i prezzi dovrebbero diminuire ulteriormente (secondo la maggioranza degli interpellati, di oltre il  $15\%$ ) e la qualità dovrebbe almeno raggiungere i livelli europei o americani. Questa scarsa disponibilità degli acquirenti europei a passare a fornitori di VSF al di fuori del SEE è stata anche confermata dalle osservazioni presentate dai concorrenti delle parti, i quali stimano che le importazioni nel SEE registrerebbero al massimo un lieve aumento in caso di un incremento permanente dei prezzi nel SEE del  $5-10\%$ .
- (128) Nella risposta<sup>(106)</sup>, le parti sostengono che la valutazione della Commissione minimizza l'importanza della concorrenza dei prodotti di importazione.
- (129) Dopo aver esaminato questo argomento, la Commissione non lo considera convincente e conferma la sua analisi per i motivi esposti ai considerandi 149-154.

<sup>(104)</sup> Il progetto di notificazione (pag. 44), del 20 marzo 2001, indica le cifre seguenti per il periodo 1995-2000: [tutto  $< 10\%$ ]\*.

<sup>(105)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(106)</sup> Paragrafi 2.21 e segg.

- (130) Queste considerazioni, che si applicano pienamente alla VSF greggia, sono ancora più valide per la VSF tinta in massa e la VSF per tamponi. Le importazioni di VSF tinta in massa sono stimate al [ $< 10\%$ ]\* o meno. Gli ostacoli all'importazione sono maggiori rispetto a quelli per la VSF greggia, in quanto la gamma dei colori preferiti dipende dalle preferenze culturali e qualitative dei clienti: la qualità dei colori usati nei paesi asiatici, i quali rappresentano la principale fonte potenziale delle importazioni, differiscono dai livelli di qualità europei. Inoltre, l'affidabilità delle forniture e la qualità sono elementi più importanti rispetto al settore della VSF greggia; per esempio, le forniture successive di fibre devono spesso essere di colore identico e corrispondere esattamente alle specifiche del cliente. Per quanto riguarda la VSF per tamponi, la percentuale di importazione sembra essere zero, e tutti gli acquirenti interpellati hanno indicato che gli ostacoli riguardanti la qualità delle importazioni asiatiche sono enormi.
- (131) La Commissione conclude quindi che i mercati rilevanti del prodotto per le fibre di viscosa in fiocco (VSF greggia, VSF tinta in massa e VSF per tamponi) sono di dimensione del SEE, ma non mondiali. Dall'indagine di mercato non sono emersi elementi che indichino l'esistenza di mercati geografici nazionali o regionali.

## 2. LYOCELL

- (132) Per quanto riguarda il lyocell, [...]\*, ma anche tra i diversi andamenti della domanda all'interno e all'esterno del SEE, nonché l'organizzazione delle vendite delle parti stesse<sup>(107)</sup> lasciano supporre che, anche in questo caso, il mercato geografico rilevante sia di dimensione SEE e non mondiale. La definizione precisa del mercato nel presente caso può tuttavia rimanere aperta, in quanto la valutazione dell'operazione notificata sotto il profilo della concorrenza non cambierebbe, quale che sia la dimensione geografica del mercato del lyocell (cfr. considerandi 230-245).

## 3. TECNOLOGIA PER LA PRODUZIONE E LA TRASFORMAZIONE DEL LYOCELL

- (133) Il mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell si può considerare di dimensioni mondiali. Dall'indagine di mercato della Commissione non sono emersi elementi atti ad indicare l'esistenza di mercati geografici nazionali o regionali.

## 4. CONCLUSIONE

- (134) Per i motivi suesposti, la Commissione conclude che i mercati della VSF greggia, VSF tinta in massa e VSF per tamponi igienici sono di dimensione SEE, mentre il mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell è mondiale. Per quanto riguarda il lyocell, il mercato è almeno di dimensione SEE, ma la definizione precisa del mercato geografico rilevante può rimanere aperta.

## C. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA

- (135) Ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 3, del regolamento sulle concentrazioni, le operazioni di concentrazione che creano o rafforzano una posizione dominante, da cui risulti che una concorrenza effettiva sia ostacolata in modo significativo nel mercato comune o in una parte sostanziale di esso, devono essere dichiarate incompatibili con il mercato comune.
- (136) La Corte di giustizia<sup>(108)</sup> ha definito il concetto di posizione dominante come una situazione di potenza economica grazie alla quale l'impresa che la detiene è in grado di ostacolare la persistenza di una concorrenza effettiva sul mercato di cui trattasi e ha la possibilità di tenere comportamenti alquanto indipendenti nei confronti dei suoi concorrenti, dei suoi clienti e, in ultima analisi, dei consumatori. Siffatta posizione non esclude l'esistenza di una certa concorrenza, ma pone l'impresa che la detiene in grado, se non di decidere, almeno di influire notevolmente sul modo in cui si svolgerà detta concorrenza e, comunque, di comportarsi sovente senza doverne tenere conto e senza che, per questo, simile condotta le arrechi pregiudizio.

<sup>(107)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(108)</sup> Causa 85/76 — Hoffmann-La Roche, Racc. 1979, pag. 461, punti 38 e 39; cfr. anche Tribunale di primo grado, causa T-102/96 — Gencor, Racc. 1999, pag. 753, punto 200.



- (137) L'esistenza di una posizione dominante può risultare da vari fattori che, presi isolatamente, non sarebbero necessariamente determinanti; tuttavia, nell'ambito di detti fattori, la detenzione di cospicue quote di mercato è molto significativa. Inoltre, il rapporto tra le quote di mercato detenute dalle imprese partecipanti alla concentrazione e dai loro concorrenti, in particolare quelli che immediatamente le seguono, costituisce un indizio valido dell'esistenza di una posizione dominante <sup>(109)</sup>.
- (138) I fattori presi in considerazione per concludere che la concentrazione notificata è atta a creare o rafforzare posizioni dominanti sui mercati della VSF greggia, della VSF tinta in massa, della VSF per tamponi igienici, del lyocell e della tecnologia per la produzione del lyocell sono descritti qui di seguito.

#### 1. I MERCATI DELLA FIBRA DI VISCOSA IN FIOCCO

##### a) *Condizioni generali del mercato*

- (139) L'operazione notificata porterebbe alla creazione del leader mondiale nel settore della fibra di viscosa in fiocco, con una quota di mercato di circa [25-35 %]\* nel settore complessivo della VSF a livello mondiale. Per quanto riguarda lo stesso settore nel SEE, la quota di mercato congiunta della nuova entità raggiungerebbe il [60-70 %]\* (Lenzing [35-45 %]\*; Acordis [20-30 %]\*), con concorrenti europei di dimensioni di gran lunga minori (Säteri in Finlandia, [10-20 %]\*; Svenska Rayon in Svezia e SNIACE in Spagna [0-10 %]\* ciascuna).

#### **Capacità europea: una storia di chiusure di impianti**

- (140) In Europa, negli ultimi 25 anni la storia dell'industria in questo settore è stata caratterizzata da riduzioni di capacità e dalla chiusura di impianti. Nell'Europa occidentale le chiusure sono avvenute durante gli anni ottanta, mentre negli anni novanta sono stati chiusi impianti principalmente nell'Europa orientale. Le riduzioni di capacità nel SEE durante gli anni novanta sono state quasi esclusivamente confinate alla Germania orientale. Nello stesso periodo, Lenzing ha invece aumentato notevolmente la sua capacità (oltre il 20 %). Tuttavia, la riduzione di capacità dovuta alla chiusura degli impianti di produzione nella Germania orientale è stata superiore al triplo dell'incremento di capacità di Lenzing, cosicché la riduzione della capacità complessiva nel SEE durante gli anni novanta è stata di circa il 19 %.
- (141) Nel 2000, le capacità di produzione dei cinque produttori europei di VSF, che dispongono di 6 impianti nel SEE, erano le seguenti (cfr. tabella 4).

Tabella 4

**Capacità di produzione di VSF nel SEE in chilotonnellate (2000)**

Lenzing (Austria)	Acordis Kelheim (Germania)	Acordis Grimsby (Regno Unito)	Säteri (Finlandia)	Sniace (Spagna)	Svenska Rayon (Svezia)	Totale SEE
[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[350-400]*

Fonte: parte notificante

- (142) Acordis ha recentemente ridotto la sua capacità chiudendo l'impianto di Grimsby (Regno Unito) con una capacità ipotetica di [15-35]\* kt, ma una produzione annua effettiva di [15-30]\* kt lo scorso anno, cosicché la sua capacità di produzione di VSF è diminuita di [15-35]\* kt. Presso Lenzing, invece, progetti di un ulteriore aumento di capacità da [130-160]\* a [140-180]\* kt sono stati attuati nel luglio 2001. Entro il 2004, Lenzing intende incrementare ancora la sua capacità fino a

<sup>(109)</sup> Cfr. Corte di giustizia, causa 85/76 — Hoffmann-La Roche, Racc. 1979, pag. 461, punto 39; cfr. anche Tribunale di primo grado, causa T-102/96 — Gencor, Racc. 1999, pag. 753, punti 201 e 202.

circa [150-200]\* kt <sup>(110)</sup>. La concentrazione notificata eliminerebbe quindi l'unico operatore sul mercato della VSF che abbia incrementato in misura considerevole la sua capacità negli ultimi anni. Nessun terzo ha comunicato alla Commissione l'intenzione di creare nuova capacità in Europa nel futuro prevedibile <sup>(111)</sup>. I concorrenti potrebbero tuttavia prendere in considerazione incrementi di capacità tramite programmi di eliminazione delle strozzature <sup>(112)</sup>. È stato indicato un totale di 15-20 kt come obiettivo realizzabile entro un periodo di due anni <sup>(113)</sup>.

- (143) Secondo gli operatori di mercato, in due paesi mediorientali potrebbero essere costruiti impianti con una capacità di 30 kt. A parte un'eventuale influenza sulle esportazioni di Lenzing e Acordis verso questa regione, la Commissione non reputa che tale costruzione di capacità in paesi terzi, piuttosto lontani dal territorio SEE, possa produrre effetti significativi sulla situazione dell'offerta nel SEE, tenuto conto della scarsa disponibilità degli acquirenti europei a reperire prodotti all'esterno del SEE (cfr. considerandi 126-127). Si può quindi concludere che la situazione dell'offerta nel SEE verosimilmente rimarrà rigida, in particolare in concomitanza di espansioni cicliche della domanda, come è avvenuto nel 2000.

### Domanda

- (144) Dal 1990, la domanda di VSF nell'Europa occidentale è piuttosto stabile (cfr. tabella 5).

Tabella 5

#### Domanda di VSF nell'Europa occidentale in chilotonnellate

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*	[240-300]*

Fonte: parte notificante

- (145) Nello stesso periodo la domanda nel SEE è stata caratterizzata da un considerevole passaggio dalle applicazioni tessili a quelle non tessili. La percentuale di consumo di VSF per uso tessile nel 1991 era del [60-70 %]\*, mentre in seguito è scesa fino al [50-60 %]\* registrato l'anno scorso, nel quale le applicazioni non tessili hanno raggiunto il [40-50 %]\* della domanda.
- (146) La domanda di VSF per uso tessile, oltre ad essere diminuita a partire dagli anni settanta, è stata oggetto di considerevoli e irregolari fluttuazioni cicliche, con variazioni fino al [20-30 %]\* nello stesso anno <sup>(114)</sup>. Sebbene l'espansione sia durata [...] anni, l'intero ciclo ha coperto [...] anni (picchi nel [...]\*) <sup>(115)</sup>. È altresì importante rilevare che la domanda non sta diminuendo in tutti i segmenti della VSF per uso tessile. [...]\*) <sup>(116)</sup>.

<sup>(110)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(111)</sup> Cfr. anche il parere della parte notificante, espresso nella notificazione stessa (pag. 60): «Le uniche imprese che potrebbero costruire nuovi impianti di produzione di fibre di viscosa si trovano in Cina e in Estremo Oriente».

<sup>(112)</sup> Per eliminazione delle strozzature s'intende la sola sostituzione delle parti degli impianti esistenti che impediscono di aumentare la produzione.

<sup>(113)</sup> [...]\*

<sup>(114)</sup> [...]\*

<sup>(115)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*. Un motivo della prolungata fase discendente è la tendenza generale in calo della VSF per uso tessile in quel periodo.

<sup>(116)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

- (147) D'altro canto, la curva della domanda di VSF per applicazioni non tessili non è ciclica. In seguito a un certo calo all'inizio degli anni novanta, dal 1993 la domanda è in continuo aumento, con tassi di crescita annui compresi tra [1-5 %]\* e il [10-20 %]\*. Nel settore dei non tessuti tale aumento non è stato omogeneo. Alcune applicazioni, quali le calzature e il cuoio <sup>(117)</sup>, hanno attraversato una fase di ristagno, mentre altre hanno visto un'espansione. Per le applicazioni mediche <sup>(118)</sup>, il consumo di VSF nel SEE è aumentato del [> 100 %]\* tra il 1986 e il 1997 e l'impiego di tali fibre nelle salviette <sup>(119)</sup> nello stesso periodo è cresciuto del [> 70 %]\* la crescita totale della domanda di VSF per applicazioni non tessili nel periodo suddetto è stata del [30-40 %]\*.
- (148) In generale si prevede che la domanda continuerà a seguire le tendenze attuali, nel senso che la riduzione del consumo di VSF per applicazioni tessili sarà compensata da un incremento del consumo nel settore dei non tessuti <sup>(120)</sup> ed il consumo per uso tessile rimarrà ciclico <sup>(121)</sup>.

### Scambi con paesi terzi: le esportazioni superano le importazioni

- (149) Si stima che nel 2000 le esportazioni di VSF verso paesi terzi siano ammontate a [70-90]\* kt, il quantitativo più basso da anni, mentre ne sono state importate soltanto [15-30]\* kt circa ([5-20]\* kt nel 1999) <sup>(122)</sup>, sebbene il 2000 sia stato caratterizzato da un'altissima utilizzazione delle capacità in Europa e sarebbe quindi stato un momento favorevole per il lancio commerciale delle importazioni da paesi terzi nel SEE. Una quota sostanziale delle importazioni proveniva anzi dalle controllate di Lenzing e Acordis negli Stati Uniti e in Indonesia. [...] <sup>(123)</sup>.
- (150) Per quanto riguarda l'origine delle importazioni, i dati nel prontuario statistico del Comitato internazionale del rayon e delle fibre sintetiche (CIRFS), un'organizzazione commerciale dei produttori europei di fibre sintetiche e cellulosiche, forniscono alcune indicazioni. Tali dati si riferiscono a tutte le fibre in fiocco e le stoppe cellulosiche e comprendono quindi anche prodotti diversi dalla VSF, principalmente lyocell e fibra e stoppa di acetato. Le importazioni di VSF sono quindi pari o inferiori ai quantitativi indicati. Secondo il CIRFS, nel 1999 soltanto una modesta percentuale di fibre e stoppe cellulosiche proveniva dai paesi dell'Asia orientale (circa [< 5]\* kt) <sup>(124)</sup>. Il maggiore esportatore asiatico era l'Indonesia; va tuttavia rilevato che Lenzing controlla SPV, il produttore indonesiano di VSF con la più alta capacità di produzione. Le importazioni dall'India, dov'è stabilito il gruppo Birla-Grasim, il principale produttore mondiale di viscosa, ammontavano a sole [< 2]\* kt; lo stesso quantitativo trascurabile proveniva da Taiwan, dove opera il terzo produttore mondiale, FCFC. I produttori dell'Asia orientale non sembrano attualmente in grado di esportare grandi quantitativi di VSF nel SEE, in quanto gli acquirenti europei rimangono cauti (cfr. considerandi 126-127). I concorrenti europei non prevedono un forte incremento delle importazioni dall'Asia orientale, neppure nel caso di un incremento dei prezzi del 5-10 % <sup>(125)</sup>.

<sup>(117)</sup> La VSF trova largo impiego come materiale per imbottitura di rivestimenti in cuoio sintetico.

<sup>(118)</sup> Per un'ampia gamma di prodotti, tra cui lenzuola e teli ospedalieri, spugne, batuffoli di ovatta, compresse per medicazioni, mascherine, traverse, teli protettivi, camici ospedalieri, cuffie, grembiuli, pettorine, sovrascarpe e altri indumenti per uso medico/chirurgico.

<sup>(119)</sup> Salviette umidificate per la cura personale, per esempio salviette per neonati, panni per la pulizia della casa e industriale.

<sup>(120)</sup> Ciò è confermato da un documento strategico interno preparato per CVC: [...]\*

<sup>(121)</sup> Cfr., per esempio, il seguente passaggio tratto da un documento strategico interno preparato per CVC: [...]\*

<sup>(122)</sup> Stime della parte notificante. Secondo le stime di un concorrente, le importazioni nel 2000 erano leggermente inferiori a 17 kt. Come indicato in precedenza, il progetto di notificazione (pag. 44), del 20 marzo 2001, indicava le seguenti cifre per le importazioni nel periodo 1995-2000: [tutte: < 10 %]\*.

<sup>(123)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(124)</sup> CIRFS: Information on man-made fibres, 37° volume, 2000 (in prosieguo: «prontuario CIRFS 2000»), pagg. 118 e segg. Si noti che il prontuario CIRFS 2000 fornisce dati per tutte le fibre e le stoppe cellulosiche e quindi comprende anche il lyocell.

<sup>(125)</sup> L'utilizzazione di capacità in Asia, secondo quanto indicato nella notificazione (pag. 53), nel 2000 era del [...] %\*. Contrariamente al parere della parte notificante, la Commissione non considera tale cifra indicativa di una notevole capacità di riserva.

- (151) Le fonti più importanti di importazione erano gli Stati Uniti (circa [ $< 20$ ]\* kt), dove Lenzing e Acordis erano gli unici produttori di VSF, e l'Europa orientale, compresa la Russia ([ $< 10$ ]\* kt) <sup>(126)</sup>. Va rilevato che sia i concorrenti sia gli acquirenti non considerano le importazioni dall'Europa orientale altrettanto affidabili e competitive in termini di qualità. Un'impresa, citata dagli acquirenti nell'indagine di mercato della Commissione come fonte di approvvigionamento in anni precedenti, l'impresa ceca Spolana, ha chiuso gli impianti di produzione di VSF all'inizio del 2000. Nell'indagine di mercato della Commissione, l'unico acquirente ad aver indicato per il 2000 importazioni non legate a Lenzing/Acordis aveva reperito alcuni quantitativi presso un produttore serbo; è utile rilevare che questo acquirente non aveva bisogno di VSF di prima qualità.
- (152) Nella risposta, le parti forniscono ulteriori informazioni sulle importazioni di VSF e stoppa nell'Europa occidentale nel 1999 e 2000 (escludono pertanto le altre fibre cellulosiche ed aggiungono informazioni più complete relative al 2000) <sup>(127)</sup>.
- (153) Dopo aver esaminato le informazioni complementari, la Commissione conferma la sua analisi precedente. In realtà, i dati forniti integrano anziché contraddire le informazioni citate ai considerandi 149-151 e confermano la conclusione cui è pervenuta la Commissione. Infatti, tali dati supplementari indicano che le importazioni dall'Europa orientale verso l'Europa occidentale, nel 2000 (anno caratterizzato da una carenza di capacità nell'Europa occidentale) non solo non sono aumentate, ma hanno persino registrato una lieve diminuzione rispetto all'anno precedente, e rappresentavano appena il [ $< 5$  %]\* della domanda dell'Europa occidentale.
- (154) Le importazioni dall'Asia nel 2000 erano pressoché allo stesso livello ed oltre un terzo di esse proveniva dall'Indonesia (cfr. le osservazioni sugli scambi intraziendali e sull'impianto di Lenzing in Indonesia ai considerandi 150 e 164). Le importazioni dagli Stati Uniti (dove Lenzing e Acordis erano gli unici produttori) erano superiori a quelle provenienti da Taiwan (FCFC). Nella risposta delle parti, si afferma che ciascuna di queste due fonti di importazione rappresenta circa il [ $< 2$  %]\* della domanda totale <sup>(128)</sup>. Le importazioni dall'India (Birla) erano inferiori a [1 %]\* della domanda dell'Europa occidentale nel 2000 <sup>(129)</sup>. L'incremento totale dei volumi di importazione (esclusi Stati Uniti e Indonesia), in un anno caratterizzato dalla scarsità dell'offerta, secondo le parti non rappresentava più del [ $< 5$  %]\* della domanda dell'Europa occidentale. Ciò conferma la conclusione della Commissione, secondo cui è poco probabile che si verifichi un notevole aumento delle importazioni di VSF nell'Europa occidentale.

### Utilizzo delle capacità

- (155) Secondo le informazioni fornite alla Commissione dalle parti e dai concorrenti, l'utilizzazione delle capacità nel settore della VSF è elevata, e nel 2000 raggiungeva livelli vicini al 100 % <sup>(130)</sup>. Se gli impianti di Acordis e Lenzing funzionavano quasi alla piena capacità, il tasso di utilizzo delle capacità degli impianti di produzione dei loro concorrenti europei era solo di poco inferiore. I tassi di utilizzo delle capacità proforma compresi tra l'85 % e il 95 %, indicati dai concorrenti per il 2000, devono essere valutati alla luce degli aspetti tecnici della produzione di viscosa. Tali tassi devono essere inferiori alla capacità massima teorica a causa del tempo necessario per la manutenzione tecnica e dei tempi di adeguamento del processo per la produzione delle diverse varianti di VSF ed indicano quindi un'utilizzazione delle capacità effettiva vicina al 100 %. Nella prima metà del 1999 l'utilizzazione delle capacità era inferiore <sup>(131)</sup>.

<sup>(126)</sup> Prontuario CIRFS 2000, pag. 118 e segg.

<sup>(127)</sup> Paragrafo 2.21.

<sup>(128)</sup> La Commissione ritiene che i quantitativi indicati nella risposta delle parti per le importazioni statunitensi siano persino sottostimati. Non corrispondono a precedenti informazioni fornite dalle parti sulle esportazioni verso l'Europa occidentale dai loro impianti negli Stati Uniti (risposta alla richiesta di informazioni della Commissione del 7 giugno 2001).

<sup>(129)</sup> Per quanto riguarda l'osservazione fatta dalle parti nella risposta (paragrafo 2.25) e da Bank Austria nella sua risposta alla comunicazione delle obiezioni riguardo l'aumento delle importazioni in Turchia dal gruppo indiano Birla Grasim nel 2000, cfr. le considerazioni della Commissione in merito alle strategie di rappresaglia di Birla e Lenzing al considerando 175.

<sup>(130)</sup> [Riferimento a dichiarazioni riservate ed a documenti interni]\*.

<sup>(131)</sup> I concorrenti hanno indicato tassi compresi tra il 74 % e l'88 %; i dati CIRFS presentati insieme alla notificazione indicano un tasso medio nel settore del [ $> 80$  %]\*.

- (156) L'utilizzazione delle capacità è un fattore chiave in termini di redditività, in quanto la produzione della viscosa comporta processi chimici molto complessi che richiedono numerosi stadi di produzione. Poiché il processo di produzione della viscosa è anche potenzialmente inquinante, sono necessari cospicui investimenti nella tecnologia ambientale, in particolare in regioni come il SEE, dove i livelli di tutela dell'ambiente sono elevati, soprattutto in caso di costruzione di nuovi impianti o di ampliamento di impianti esistenti <sup>(132)</sup>.

### Investimenti e costi di produzione

- (157) Gli investimenti negli impianti sono elevati. La parte notificante ha stimato i costi per la costruzione di un impianto ex novo nel SEE con una capacità di 20 kt/30 kt/40 kt annue rispettivamente in circa [tutti 80-150]\* milioni di EUR; tale stima non comprende i costi del controllo dell'inquinamento. Gli investimenti in un impianto esistente per incrementare la produzione sono considerati compresi tra [ $< 25$ ]\* e [ $< 40$ ]\* milioni di euro per una capacità aggiuntiva di 20 kt annue. Tuttavia, il costo dell'eliminazione delle strozzature, cioè i costi da sostenere per sostituire soltanto le parti delle linee di produzione esistenti che impediscono di aumentare la produzione, è stimato inferiore a [ $< 15$ ]\* milioni di EUR.
- (158) Inoltre, le percentuali dei costi fissi e dei costi variabili dipendono in larga misura da fattori quali l'ammortamento (tenuto conto dell'età di un impianto e degli investimenti recenti), il costo della manodopera e il costo delle materie prime. I costi fissi ammontano al [...%]\*- [...%]\* del costo di produzione totale degli impianti europei di Acordis. La percentuale dei costi fissi di Lenzing (sul costo totale) è molto più alta. Poiché lo stabilimento di Lenzing comprende un impianto integrato per la produzione di pasta di legno che lo rende indipendente dai prezzi altamente variabili della pasta per dissoluzione chimica <sup>(133)</sup>, la posizione di Lenzing è sostanzialmente diversa da quella di Acordis. A parte il costo della pasta, ad incidere sui costi variabili è il prezzo della soda caustica <sup>(134)</sup>, del quale si prevede un incremento in quanto si tratta di un sottoprodotto del PVC la cui produzione è ormai in declino, nonché il prezzo del solfuro di carbonio <sup>(135)</sup> e dell'energia <sup>(136)</sup>.

### b) Fibra di viscosa in fiocco greggia

#### Quote di mercato

- (159) Per quanto riguarda il mercato della VSF greggia, che rappresenta circa il [70-75 %]\* della domanda totale di VSF nel SEE (dimensione stimata del mercato della VSF greggia nel 2000: [tra 205 e 215] kt), la quota di mercato congiunta delle parti nel SEE è del [50-60 %]\* (Lenzing, [tra il 35-45 %]\*; Acordis, [tra il 15-25 %]\*), mentre le quote di mercato dei loro unici tre concorrenti sono di gran lunga inferiori, rispettivamente [tra il 19 e il 21] % (Säteri in Finlandia), [tra l'8 e il 10] % (Sniace in Spagna) e [tra il 5 e il 7] % (Svenska Rayon in Svezia). Nel 2000 le importazioni rappresentavano circa il [5-10 %]\* <sup>(137)</sup>.

<sup>(132)</sup> Il problema ambientale, tuttavia, non si limita all'Europa. PT Inti Indorayon, la società madre indonesiana dell'impresa finlandese Säteri Oy, nel maggio 2000 ha dovuto chiudere un impianto (di recente costruzione) in Indonesia, su ingiunzione delle autorità pubbliche, a causa di problemi ambientali rimasti irrisolti. L'impianto è tuttora chiuso.

<sup>(133)</sup> I prezzi della pasta di legno rappresentavano il [...]\* % del costo totale di produzione degli impianti europei di Acordis nel 2000.

<sup>(134)</sup> [...]\* %, secondo Acordis.

<sup>(135)</sup> [...]\* %, secondo Acordis.

<sup>(136)</sup> [...]\* %, secondo Acordis.

<sup>(137)</sup> La stima si basa sui dati relativi alla propria produzione e alle proprie vendite rispettivamente forniti dalle parti e dai concorrenti. Al fine di proteggere la riservatezza reciproca, anche tra le stesse imprese partecipanti alla concentrazione, la percentuale esatta derivata da tali dati non è resa nota.

- (160) Nonostante la quota di mercato elevata di Lenzing, dall'indagine di mercato della Commissione risulta che attualmente vi è concorrenza sul mercato SEE della VSF greggia. Tuttavia, gran parte di tale concorrenza si esplica tra Lenzing e Acordis, le quali sono i maggiori operatori e i concorrenti più vicini sul mercato della VSF greggia nel SEE<sup>(138)</sup>. Se l'operazione notificata andasse in porto, tale concorrenza verrebbe eliminata. La nuova entità sarebbe quindi in grado di adottare comportamenti indipendenti, per i motivi esposti qui di seguito.

**La nuova entità sarebbe in grado di controllare la capacità di produzione (e in definitiva i prezzi)**

- (161) La concentrazione notificata eliminerebbe Lenzing, l'unico fabbricante europeo di VSF ad avere effettivamente aumentato la sua capacità di produzione, in contrasto con la tendenza comune alla riduzione di capacità (cfr. considerandi 140-143).
- (162) I documenti strategici interni presentati al consiglio di amministrazione di CVC dimostrano che [...]»<sup>(139)</sup>.

In seguito alla concentrazione, la nuova entità controllerebbe una quota sostanziale della capacità totale e avrebbe un incentivo a creare una scarsità dell'offerta al fine di mantenere i prezzi elevati. La strategia di taglio dei costi mediante una riduzione di capacità potrebbe essere integrata con il mantenimento di una certa capacità di riserva, che garantisca alle parti la possibilità di contrastare eventuali reazioni da parte dei concorrenti o di nuovi operatori<sup>(140)</sup>. Un'altissima percentuale di acquirenti ha risposto di attendersi un incremento dei prezzi o, nel migliore dei casi, il mantenimento dell'elevato livello dei prezzi degli ultimi due anni, qualora la concentrazione sia portata a termine, mentre un numero significativo degli interpellati si attende un calo dei prezzi in assenza della concentrazione<sup>(141)</sup>.

- (163) Va tuttavia rilevato che l'acquisizione dell'impianto di Lenzing offre a CVC una possibilità strategica alternativa, la quale, se necessario, può integrare la strategia sopra descritta. Infatti, come indicato in precedenza, Lenzing è l'unico fabbricante europeo di VSF ad aver effettivamente aumentato la sua capacità produttiva, in contrasto con la tendenza comune a ridurla. Soprattutto nei periodi di contrazione della domanda, Lenzing ha agito come «price-breaker», cioè ha provocato un crollo dei prezzi, ed ha acquisito quote di mercato. Questa strategia di sacrificare margini di profitto a favore del volume riflette la singolare struttura dei costi di Lenzing. Poiché dispone di un impianto integrato con produzione interna di pasta di legno per dissoluzione, Lenzing non è sensibile alle variazioni del costo della pasta, ma ha una più alta percentuale di costi fissi rispetto ad altri impianti di produzione di VSF. A causa degli alti costi fissi dell'azienda, i volumi rivestono importanza critica, più dei prezzi. Lenzing è in grado di aumentare i volumi di vendita a costi marginali inferiori rispetto ai concorrenti<sup>(142)</sup>. In questo scenario, si può quindi prevedere che l'impianto di Lenzing funzionerebbe alla piena capacità, mentre gli altri impianti, quali quello di Acordis/Kehlheim, che presentano rapporti dei costi variabili più elevati, sarebbero mantenuti come capacità di riserva ed utilizzati solo se necessario.
- (164) La nuova entità disporrebbe inoltre di una considerevole «capacità di riserva», in quanto potrebbe importare VSF greggia dalla controllata indonesiana di Lenzing e dallo stabilimento statunitense LFC di Lowland, Tennessee (vendite intraziendali). Ciò si è già verificato nel 2000, anno in cui Lenzing ha importato notevoli quantitativi dal suo stabilimento negli Stati Uniti e dalla sua controllata

<sup>(138)</sup> Ciò è vero anche se Säteri detiene una quota di mercato superiore a quella di Acordis sul mercato della VSF greggia, in quanto gli acquirenti hanno sottolineato che Lenzing e Acordis offrono i migliori livelli di qualità e sono presenti in tutti i segmenti del mercato della VSF greggia (cfr. considerando 171).

<sup>(139)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(140)</sup> Lo stesso effetto si può ottenere a breve termine tramite restrizioni della produzione senza ridurre la capacità. Data la persistenza dei costi fissi, tuttavia, tale comportamento potrebbe non essere sostenibile a medio e lungo termine.

<sup>(141)</sup> Ciò può essere dovuto alla ciclicità del consumo di VSF per uso tessile, che ha raggiunto un picco nel 2000 (cfr. considerandi 144 e 146).

<sup>(142)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

indonesiana, mentre nel 1999 le importazioni sono state notevolmente inferiori<sup>(143)</sup>. Si noti che tali vendite intraziendali provenienti dall'Indonesia rimarrebbero possibili. La nuova entità sarebbe in grado di utilizzare appieno la capacità di produzione di Lenzing usando l'impianto indonesiano di Lenzing (e in una fase successiva anche l'impianto negli Stati Uniti)<sup>(144)</sup> come «capacità di riserva» primaria. Qualora tale strategia non fosse sufficiente a ridurre l'offerta nelle fasi di contrazione della domanda, Acordis/Kelheim, la cui percentuale di costi variabili è molto più elevata rispetto a Lenzing, potrebbe essere utilizzato a sua volta come «capacità di riserva» secondaria per la produzione di VSF greggia. Di conseguenza, la nuova entità avrebbe la possibilità strategica di aumentare le vendite nel SEE in qualsiasi momento, al fine di scoraggiare i concorrenti che decidessero di non conformarsi alla sua strategia in materia di prezzi e di vendite.

- (165) La nuova entità avrebbe quindi due alternative strategiche: [...] ridurre la capacità potrebbe essere integrata, se necessario, da una strategia di trasferimento della produzione all'impianto di Lenzing, eventualmente con un'ulteriore espansione di tale impianto. Questa seconda alternativa può essere usata per scoraggiare i concorrenti o per acquisire quote di mercato. La nuova entità sarebbe quindi nella migliore posizione per rispondere ad un'eventuale contrazione del mercato. Potrebbe decidere di mantenere alti i volumi di vendita, riducendo i margini di profitto ed aumentando la quota di mercato (la strategia finora seguita da Lenzing), oppure di ridurre i volumi di vendita e mantenere alti i prezzi. I concorrenti non sarebbero in grado di contrastare la prima strategia e avrebbero un incentivo a sostenere la seconda.
- (166) Nella risposta<sup>(145)</sup>, le parti sostengono che la comunicazione delle obiezioni della Commissione non identifica correttamente gli incentivi economici della nuova entità. Le parti dichiarano che i produttori di fibre di viscosa devono operare con tassi di utilizzo della capacità elevati per coprire i costi fissi. L'intenzione di CVC, secondo la risposta, è di aumentare la capacità sia di Lenzing che di Acordis/Kelheim e di utilizzarla interamente.
- (167) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione non li considera convincenti e conferma la sua analisi. Infatti, l'effettiva intenzione della nuova entità di ridurre o di aumentare la capacità di produzione non è decisiva per la valutazione del presente caso sotto il profilo della concorrenza. Ciò che conta, a parere della Commissione, è il semplice fatto che la nuova entità avrebbe il potere economico di attuare diverse strategie alternative, il che dimostra la sua possibilità di agire in modo indipendente dai concorrenti e dai clienti.
- (168) Quanto all'argomento delle parti secondo cui i produttori di VSF non hanno altra scelta se non quella di utilizzare i loro impianti alla piena capacità per coprire i costi fissi, la Commissione rileva che la domanda di VSF per uso tessile è caratterizzata da forti variazioni cicliche (cfr. considerando 146). In una situazione di contrazione ciclica della domanda, quasi inevitabilmente emergeranno eccessi di capacità. Inoltre, le parti hanno ripetutamente indicato che anch'esse si attendono una riduzione della domanda a lungo termine nell'Europa occidentale, il che porterà ugualmente ad una situazione di eccesso di capacità. In siffatte circostanze, la possibilità di ridurre la produzione al fine di mantenere alti i prezzi, che può nel contempo avere l'effetto di un segnale per i concorrenti, non potrebbe in ogni caso essere contrastata in modo redditizio dai concorrenti (cfr. considerandi 170-172). Si tratta quindi di un elemento importante che dimostra la possibilità delle parti di agire in modo indipendente dai concorrenti e dai clienti.
- (169) La Commissione conferma quindi che in entrambi gli scenari descritti la nuova entità sarebbe in grado di adottare comportamenti indipendenti dai concorrenti e dai clienti per i motivi esposti qui di seguito.

<sup>(143)</sup> Ciò è confermato per il 2000 da un documento strategico interno preparato per CVC: [...].\*

<sup>(144)</sup> Per quanto riguarda la situazione dell'offerta negli Stati Uniti, l'utilizzazione della capacità negli impianti statunitensi sia di Acordis sia di Lenzing è molto bassa ([...] % in tutto nel 1999). [...]\*. La nuova entità pianificherebbe un incremento della capacità dell'impianto di Lowland, Tennessee, del [...] % (da circa [...] kt). Pertanto, l'impianto di Lenzing a Lowland sarebbe in grado di soddisfare la domanda statunitense nel 2002, con un minimo aumento delle importazioni. Di conseguenza, nonostante la recente chiusura dell'impianto di Acordis a Mobile, Alabama, anche la capacità di riserva statunitense dell'impianto di Lenzing negli Stati Uniti potrebbe essere di nuovo disponibile a partire dal 2003, in caso di un ulteriore calo del consumo statunitense o di un incremento delle importazioni negli Stati Uniti[...].\*

<sup>(145)</sup> Paragrafi 2.31 e segg.

### **I concorrenti probabilmente si troverebbero nella posizione di «price takers»**

- (170) L'indagine di mercato ha rivelato che i concorrenti avrebbero nel migliore dei casi possibilità assai limitate di aumentare la loro capacità nel corso dei prossimi due anni. I concorrenti hanno infatti una capacità complessiva che equivale più o meno nell'insieme all'aumento di capacità introdotto quest'anno da Lenzing (cfr. considerandi 140-143 e tabella 4). Anche se fossero messi in atto piani di espansione, l'aumento totale di capacità sarebbe pressoché equivalente o supererebbe di poco la riduzione di capacità prodotta dalla chiusura dell'impianto di Acordis a Grimsby (Regno Unito). Un concorrente ha anche affermato che spera di aumentare le esportazioni verso l'area NAFTA ora che Acordis ha chiuso il proprio impianto negli Stati Uniti<sup>(146)</sup>. Pertanto, parte di tale capacità aggiuntiva sarebbe assorbita dal vuoto di capacità creato da Acordis negli Stati Uniti e non inciderebbe sulla situazione in Europa.
- (171) Inoltre, secondo i risultati dell'indagine di mercato, non sembra che i concorrenti europei di Acordis e Lenzing intendano concentrarsi sul mercato della viscosa greggia. I concorrenti di minori dimensioni, per esempio, non sono in grado di fornire l'intera gamma di prodotti a base di VSF greggia. Uno di essi serve solo in modo molto marginale il segmento della filatura laniera (cfr. nota 67), un altro non è in grado di servire il segmento delle applicazioni mediche e di igiene nel settore dei non tessuti e il terzo effettua pochissime vendite nel segmento tessile e ha ammesso di non poter competere con Acordis e Lenzing in questo comparto. Gli acquirenti del segmento della filatura cotoniera sul mercato della VSF greggia hanno espresso dubbi in merito alla qualità dei prodotti dei concorrenti<sup>(147)</sup>.
- (172) In caso di riduzioni di capacità da parte della nuova entità, i concorrenti tenderanno ad acquisire inizialmente una certa quota di mercato per così dire «caduta dal cielo» e poi a sostenere anziché osteggiare eventuali strategie della nuova entità volte a mantenere alti i prezzi, agendo così come «price takers» (si adeguerebbero cioè agli aumenti dei prezzi anziché contrastarli nella loro strategia di mercato). La limitata capacità di riserva non permetterà loro di competere in modo redditizio per acquisire quote di mercato e sarà anzi un incentivo a trarre vantaggio dai prezzi più elevati.

### **Assenza di nuovi operatori sul mercato**

- (173) Per i motivi descritti in precedenza (cfr. considerando 157), l'ingresso sul mercato della VSF greggia richiede un'alta intensità di capitale ed è improbabile che avvenga nel SEE nel breve o medio periodo. Questo è il parere espresso da tutti i concorrenti ed anche dalla parte notificante.

### **Un incremento sostanziale delle importazioni è improbabile**

- (174) Le importazioni stimate di VSF greggia da paesi terzi ammontavano a circa il [ $< 10$  %]\*. Poiché parte di queste importazioni proveniva dalle controllate di Lenzing e Acordis negli Stati Uniti e in Indonesia, il tasso di importazione effettivo da imprese terze è ancora inferiore (cfr. considerandi 140-143). Un aumento sostanziale delle importazioni dai paesi terzi è improbabile. Infatti, l'indagine di mercato della Commissione ha rivelato una forte riluttanza degli acquirenti del SEE ad acquistare viscosa da produttori esterni (cfr. considerandi 126 e 127). Anche i concorrenti delle parti non prevedono un aumento significativo delle importazioni.
- (175) Per contro, le parti sono in grado di scoraggiare i concorrenti di paesi terzi dall'entrare sul mercato del SEE. [...]\*(<sup>148</sup>). Inoltre, la capacità asiatica dovrebbe rimanere invariata e addirittura diminuire nel lungo periodo (<sup>149</sup>).
- (176) Le pressioni concorrenziali esercitate dalle importazioni non possono quindi essere considerate sufficienti a contrastare la posizione di forza della nuova entità.

<sup>(146)</sup> Cfr. nota 144.

<sup>(147)</sup> Per esempio, le «imprese di filatura OE» (filatoi che utilizzano la tecnologia di filatura «open end») hanno affermato di avere bisogno di un tipo di fibra con un alto grado di tenacità, che non tutti i produttori attivi sul mercato sono in grado di fornire.

<sup>(148)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(149)</sup> Ciò è confermato da un documento strategico interno preparato per CVC: [...]\*



### Le pressioni concorrenziali esercitate dalle altre fibre sono insufficienti

- (177) Sebbene sia opportuno individuare i diversi mercati del prodotto, può sussistere un certo grado di sostituibilità tra fibre appartenenti a mercati del prodotto vicini. Nel caso in cui la nuova entità dovesse imporre significativi incrementi del prezzo della VSF greggia, è lecito attendersi che i clienti passino, almeno in certa misura, ad altre fibre, anche se hanno proprietà e caratteristiche estetiche differenti<sup>(150)</sup>. La parte notificante ha pertanto affermato che il potere concorrenziale della nuova entità sarebbe sufficientemente limitato dall'effetto di questa «concorrenza tra fibre».
- (178) Esistono vari settori di applicazione in cui l'impiego delle VSF e di altre fibre, sebbene non siano sostituibili, si sovrappone. Le sovrapposizioni avvengono principalmente in relazione con il poliestere, ma anche con altre fibre, e sono più significative nel settore tessile che in quello dei prodotti non tessuti. Si noti inoltre che la VSF greggia, sia nel settore tessile sia nel settore dei non tessuti, spesso non è utilizzata pura, ma in mischia.
- (179) L'indagine di mercato ha però rivelato che, in caso di un incremento del prezzo della VSF del 5-10 %, soltanto pochi acquirenti di fatto ridurrebbero di oltre il 10 % il consumo di VSF nelle loro applicazioni o settori di attività, mentre la maggioranza ha risposto che non ridurrebbe affatto il consumo di VSF o lo ridurrebbe meno del 10 %. Questo parere, da cui si desume che le variazioni dei prezzi relativi non incidono che in misura ridotta sul fatturato delle varie fibre, è confermato, in una diversa prospettiva, da un documento presentato all'organizzazione commerciale europea CIRFS, intitolato «Myths and Realities of Interfibre Competition» (Miti e realtà della concorrenza tra fibre). Il documento giunge alla conclusione che «è improbabile che tale concorrenza si basi sui prezzi relativi, se non in presenza di variazioni molto significative (almeno superiori al 20 %) del prezzo di una determinata fibra rispetto ad un'altra fibra competitiva»<sup>(151)</sup>. La Commissione non considera quindi questo limitato potenziale di sostituzione indicato dagli acquirenti sufficiente a concludere che la possibilità della nuova entità di agire in modo indipendente ne risulterebbe ostacolata in modo significativo.
- (180) Inoltre, come illustrato in precedenza (considerandi 161-165), la nuova entità sarebbe in grado di modulare la sua produzione e le vendite di VSF greggia nel SEE in modo più efficace e redditizio dei suoi concorrenti. Sarebbe quindi meno colpita dal prevedibile calo dei volumi di vendita conseguente ad un incremento del prezzo della VSF greggia. In primo luogo, i suoi concorrenti avrebbero difficoltà a competere per acquisire quote su un mercato in calo, in particolare alla luce dell'importanza delle economie di scala sul mercato della VSF greggia. In secondo luogo, la nuova entità sarebbe l'unico operatore sul mercato in grado di controllare questa evoluzione mediante il suo potere di determinare i prezzi. Potrebbe quindi stabilire quale sia il momento più vantaggioso per adattare la propria attività ad una contrazione del volume del mercato.
- (181) Infine, la parte notificante, essendo in grado di servire tutti i segmenti del mercato della VSF greggia, avrebbe la possibilità di compiere discriminazioni in termini di prezzi nei confronti degli acquirenti di singoli segmenti facilmente identificabili (per esempio, le imprese di filatura di tipo cotoniero, le imprese di filatura di tipo laniero, i fabbricanti di materiali in rotoli specializzati in prodotti per uso medico e igienico ed altri che non servono questo segmento del mercato) o nei confronti di singoli acquirenti. [...]»<sup>(152)</sup>. I concorrenti che decidessero di contrastare la strategia della nuova entità in materia di prezzi potrebbero essere dissuasi dalla minaccia di rappresaglie in segmenti specifici del mercato della VSF greggia o su mercati specializzati con maggiori margini di profitto. Come indicato in precedenza, la rappresaglia è una possibilità reale in quanto la nuova entità disporrebbe di una gamma di prodotti incomparabile sui vari mercati della VSF, nonché di un maggiore potenziale tecnologico e di innovazione del prodotto<sup>(153)</sup> <sup>(154)</sup>.

<sup>(150)</sup> Cfr. decisione della Commissione del 19 dicembre 1991 nel caso IV/M.113 — Courtaulds/Snia (considerandi 14, 26).

<sup>(151)</sup> D. Morris, Comité International de la Rayonne et des Fibres Synthétiques: Myths and Realities of Interfibre Competition, documento presentato alla International Wool Textile Organisation, 65<sup>th</sup> International Wool Conference, Cape Town, Repubblica sudafricana, aprile 1996. Riguardo ai fattori decisivi per la concorrenza tra fibre, il documento afferma: «In realtà sembra che i diversi impieghi finali, l'innovazione del prodotto e le preferenze dei consumatori siano i motivi principali per cambiare fibra e non le relatività dei prezzi».

<sup>(152)</sup> [...]».

<sup>(153)</sup> Si noti che Lenzing è attualmente l'impresa che destina gli importi più elevati alle attività di ricerca e sviluppo nel settore della viscosa [...]».

<sup>(154)</sup> Per i motivi esposti in questo considerando e al considerando 171, il potere concorrenziale dell'entità risultante dalla concentrazione non diminuirebbe in caso di definizione di mercati del prodotto meno ampi di quello della VSF greggia.

**Le pressioni concorrenziali esercitate dalle importazioni a valle di prodotti finiti di viscosa sono insufficienti**

- (182) La parte notificante ha altresì sostenuto che la minaccia di un aumento delle importazioni sui mercati a valle di prodotti finiti in VSF (per esempio filati, tessuti, indumenti) limiterebbe in modo efficace il comportamento concorrenziale della nuova entità <sup>(155)</sup>.
- (183) In primo luogo, occorre rilevare che per quanto riguarda il tessuto di viscosa pura o mista, il SEE presenta un'eccedenza della bilancia commerciale <sup>(156)</sup>, malgrado il considerevole saldo negativo per gli indumenti (le importazioni nette di indumenti rappresentano il 44 % del consumo nel SEE) e nonostante il saldo commerciale negativo per il filato di viscosa pura e mista (le importazioni nette ammontano al 16 % del consumo di filato nel SEE) <sup>(157)</sup>. Sulla base di questi dati, si può concludere che la viscosa (e i tessuti di viscosa) rivestono particolare importanza per l'industria tessile europea nel processo di ristrutturazione in atto e non seguono necessariamente una presunta tendenza al declino dell'industria tessile europea nel suo insieme <sup>(158)</sup>. Anche ipotizzando che, sulla scia dello spostamento in corso dalle applicazioni tessili a quelle non tessili menzionato al considerando 145, con ogni probabilità la domanda di VSF greggia per uso tessile nel SEE diminuisca, tale spostamento avrebbe solo l'effetto di ridurre ulteriormente l'esposizione delle parti al rischio di importazione a valle di prodotti tessili, considerato che tale rischio si presenta in misura di gran lunga inferiore per i prodotti non tessuti <sup>(159)</sup>.
- (184) Nella risposta <sup>(160)</sup>, le parti sostengono che la Commissione sopravvaluta l'importanza dell'eccedenza commerciale nel SEE per la fibra e il tessuto di viscosa.
- (185) Dopo aver esaminato questo argomento, la Commissione ribadisce la sua conclusione secondo cui la VSF e i prodotti in VSF hanno un ruolo importante nell'industria tessile europea. Rileva che la risposta delle parti non confuta questa conclusione in se stessa. Anche se il calcolo delle parti non tiene conto degli scambi di VSF con i paesi terzi, ciò non smentisce il fatto di base che il disavanzo commerciale netto nel SEE per i prodotti finiti di viscosa sia notevolmente inferiore al dato corrispondente per i prodotti di cotone e poliestere.
- (186) In secondo luogo, una considerazione analoga a quella sviluppata per la concorrenza tra fibre si può applicare anche in questo contesto. Come spiegato in precedenza (considerando 180), un calo dei volumi di vendita di VSF greggia sarebbe meno lesivo per la nuova entità rispetto agli altri produttori e quindi non comprometterebbe la sua posizione di leader del mercato della VSF greggia. Un altro motivo del suo vantaggio concorrenziale si può dedurre dalla presenza della nuova entità su diversi mercati geografici; le sue controllate nei paesi terzi, in particolare in Estremo Oriente (la controllata di Lenzing in Indonesia) e nei paesi del NAFTA (l'impianto di Lenzing negli Stati Uniti) potrebbero quindi, almeno in certa misura, trarre vantaggio economico dallo spostamento delle industrie a valle ad altri mercati e la nuova entità potrebbe nel contempo mantenere la sua posizione dominante (e i suoi profitti), anche in caso di contrazione del mercato della VSF greggia nel SEE <sup>(161)</sup>.

<sup>(155)</sup> Cfr. anche decisione della Commissione 93/9/CEE, del 30 settembre 1992, nel caso IV/M.214 — DuPont/ICI (GU L 7 del 13.1.1993, pag. 13) (considerando 45 e segg.).

<sup>(156)</sup> La parte notificante indica un'eccedenza commerciale netta per i tessuti di viscosa pura o mista del 5 % nel 2000.

<sup>(157)</sup> Queste cifre sono confermate dal prontuario CIRFS, che indica un saldo commerciale per la fibra e la stoppa di viscosa per uso tessile di [ $< 20$ ]\* kt nel 1999, mentre per lo stesso saldo riferito a tutte le fibre riporta un valore negativo di [600-700]\* kt per tutte le fibre artificiali e sintetiche.

<sup>(158)</sup> Un documento del CIRFS accenna persino alla possibilità di una crescita generale della domanda di prodotti tessili nel SEE che compenserebbe l'effetto negativo dell'aumento delle importazioni nette di prodotti tessili e abbigliamento sul consumo industriale di fibre nel SEE (D. Morris, Comité International de la Rayonne et des Fibres Synthétiques: Myths and Realities of Interfibre Competition, aprile 1996, tabella 4).

<sup>(159)</sup> Nel 1999 ben il 33,8 % della produzione mondiale di prodotti non tessuti era riconducibile all'Europa occidentale, mentre solo meno del 30 % aveva origine in paesi diversi dagli Stati Uniti (dove Lenzing è ora l'unico produttore di VSF) e dall'Europa occidentale (fonte: EDANA, <http://www.vliesstoffe.org/nonwovens/statistics.html>).

<sup>(160)</sup> Paragrafo 2.23.

<sup>(161)</sup> In certa misura tale spostamento avverrebbe anche in direzione di regioni quali l'Europa orientale, la Turchia e altri paesi del Mediterraneo non appartenenti al SEE, nei quali Acordis e Lenzing sono i principali fornitori di VSF greggia tramite le esportazioni dai loro impianti nel SEE.

### Le pressioni concorrenziali esercitate a valle dalle altre fibre sono insufficienti

- (187) Nella risposta <sup>(162)</sup>, le parti sostengono che nell'intera comunicazione delle obiezioni non viene dato alcun peso alle pressioni concorrenziali esercitate dalla concorrenza a valle (sia da altre fibre sia da fornitori situati al di fuori dell'Europa occidentale) e considerano cruciale rilevare che pochissimi acquirenti a valle hanno risposto all'indagine, il che lascia supporre che l'operazione di concentrazione non susciti in loro grande preoccupazione o addirittura interesse. Nella lettera, la parte notificante sostiene che la mancanza di considerazione, da parte della Commissione, degli effetti prodotti dalla concorrenza a valle sul comportamento concorrenziale delle parti si manifesta anche nel fatto che nella valutazione degli effetti di sostituzione non si tiene conto degli acquirenti che hanno risposto che ridurrebbero o cesserebbero la produzione in caso di un incremento del prezzo della VSF del 5-10 %. Siffatte riduzioni dei volumi acquistati inciderebbero direttamente, secondo la parte notificante, sulla redditività delle parti, e quindi sui loro incentivi ad alzare i prezzi, in modo analogo al trasferimento dei volumi di acquisto verso altre fibre da parte dei clienti.
- (188) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione non li considera convincenti. In primo luogo, la Commissione rammenta di aver constatato che le pressioni concorrenziali esercitate dai fornitori situati al di fuori dell'Europa occidentale sono trascurabili (cfr. considerandi 174-176).
- (189) In secondo luogo, non si può tenere conto della concorrenza tra fibre a valle nella valutazione delle pressioni concorrenziali in quanto né i concorrenti né i clienti diretti sono stati in grado di stimarne l'effetto. Persino gli stessi acquirenti a valle non hanno saputo fornire indicazioni dell'entità di tale effetto. Inoltre, l'analisi dell'elasticità incrociata rispetto al prezzo effettuata dalla Commissione (considerandi 75 e 76) tiene implicitamente conto della concorrenza storica tra fibre nei mercati a valle. Va altresì rilevato che il questionario distribuito dalla Commissione nella prima fase della procedura chiedeva esplicitamente ai clienti delle parti se loro o i loro clienti sarebbero passati ad altre fibre nel caso di un piccolo incremento non transitorio dei prezzi del 5-10 %. Dalle risposte emerge che in tale circostanza la sostituzione inciderebbe solo per il 6-13 % circa <sup>(163)</sup> dei volumi di vendita di VSF.
- (190) In terzo luogo, riguardo alla valutazione delle risposte degli acquirenti che hanno dichiarato che cesserebbero o ridurrebbero la fabbricazione di prodotti a base di VSF in conseguenza di un piccolo ma significativo incremento non transitorio dei prezzi, la Commissione non nega che tale comportamento degli acquirenti possa esercitare pressioni concorrenziali su un ipotetico operatore dominante su tale mercato. Gli acquirenti che decidessero di cessare (o ridurre) la fabbricazione di prodotti a base di VSF terrebbero anche conto del prevedibile calo della domanda a valle causato da tale incremento dei prezzi. La Commissione ha quindi chiesto agli acquirenti (nel questionario distribuito nella seconda fase d'indagine) se cesserebbero la produzione <sup>(164)</sup>. Il risultato di questo sondaggio è che tale decisione interesserebbe soltanto il 7 % circa dei volumi di vendita di VSF greggia delle parti, in caso di un incremento dei prezzi del 10 %. La Commissione considera questo effetto del tutto insufficiente ad esercitare un'effettiva pressione concorrenziale, in grado di rappresentare un vincolo per il comportamento futuro dell'operatore dominante sul mercato della VSF greggia <sup>(165)</sup>.
- (191) Infine, il minore tasso di risposta degli acquirenti a valle al questionario della Commissione non permette necessariamente di concludere che coloro che non hanno risposto non siano preoccupati dall'operazione notificata e diano per scontato che il potere concorrenziale delle parti sarà limitato in modo efficace dalla concorrenza tra fibre a valle. Infatti, occorre rilevare che un eventuale

<sup>(162)</sup> Paragrafo 2.13.

<sup>(163)</sup> 6,6 % nel caso di un incremento del 5 %, 12,7 % nel caso di un incremento del 10 %. È utile segnalare che il tasso di risposta al questionario è stato particolarmente elevato e che gli acquirenti che hanno risposto rappresentano oltre due terzi dei volumi di vendita delle parti nel SEE.

<sup>(164)</sup> Anche se non richiesto esplicitamente, gli acquirenti che cesserebbero la produzione solo in parte non hanno esitato ad indicarlo e sono stati considerati come acquirenti che ridurrebbero il volume di produzione.

<sup>(165)</sup> Gli acquirenti che hanno affermato che il loro ipotetico comportamento «dipende dalla situazione del mercato» non si possono considerare una fonte di pressioni concorrenziali. La loro reazione dipende da condizioni non specificate, che potrebbero produrre tanto un effetto di riduzione dei volumi quanto un effetto di mantenimento degli attuali volumi di vendita.

incremento dei prezzi delle fibre cellulosiche in fiocco si ripercuote in minore misura sugli acquirenti a valle rispetto ai clienti diretti delle parti. L'effetto a valle di tale incremento dei prezzi è attenuato, in quanto il valore delle fibre in un capo di abbigliamento è stimato inferiore al 5 %<sup>(166)</sup>. Di conseguenza, l'ipotetico incremento dei prezzi necessario per rendere efficaci le pressioni concorrenziali può derivare solo da ampie variazioni dei prezzi relativi (dell'ordine del 20 %) (167).

### **Le pressioni concorrenziali esercitate dal contropotere negoziale degli acquirenti sono insufficienti**

- (192) Le parti sostengono infine che il potere di mercato della nuova entità sarà limitato in modo efficace dal contropotere negoziale che si esercita da parte degli acquirenti.
- (193) Alla luce dei risultati dell'indagine di mercato, la Commissione non condivide questo parere. In primo luogo, il mercato della VSF greggia è caratterizzato da un numero significativo di acquirenti di piccole e medie dimensioni<sup>(168)</sup> (imprese di filatura e fabbricanti di materiale in rotoli), che non sono in grado di esercitare un potere negoziale significativo. In secondo luogo, va ricordato che la qualità, determinati requisiti del prodotto e l'affidabilità delle forniture rivestono particolare importanza per gran parte degli acquirenti (cfr. anche considerando 36). In queste circostanze, la scomparsa di uno dei principali fornitori indipendenti di VSF di alta qualità nel SEE riduce in modo significativo la possibilità di scelta degli acquirenti, in quanto il passaggio a fornitori «sconosciuti» può comportare notevoli rischi commerciali dovuti a perdite di produzione. In terzo luogo, le relazioni commerciali di lunga durata sono comuni nel settore, il che rappresenta un ostacolo per l'eventuale intenzione degli acquirenti di cambiare fornitore<sup>(169)</sup>. Infine, in una situazione di potenziale scarsità dell'offerta (cfr. considerando 161-165), il fatto che gli acquirenti di norma operino con tempi tecnici brevi e tengano solo scorte limitate può condizionare l'esercizio del loro potere negoziale all'acquisto.
- (194) Le risposte dei terzi ai questionari della Commissione confermano questa conclusione. Infatti, i clienti delle parti stesse hanno affermato che la loro posizione negoziale peggiorerebbe in modo significativo in seguito alla concentrazione. Sebbene circa i due terzi considerino equilibrato il loro attuale potere contrattuale, la maggioranza degli acquirenti prevede un notevole indebolimento se l'operazione notificata sarà portata a termine.

### **Conclusione per la VSF greggia**

- (195) L'operazione notificata eliminerebbe il principale concorrente di Acordis nel SEE e lascerebbe solo tre concorrenti minori e meno competitivi. La nuova entità sarebbe quindi in grado di agire in modo indipendente dai concorrenti e dagli acquirenti.
- (196) Per i motivi suesposti, la Commissione è quindi giunta alla conclusione che l'operazione progettata instaurerebbe una posizione dominante della nuova entità sul mercato della VSF greggia nel SEE, atta ad ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune e nel SEE.

<sup>(166)</sup> Cfr. D. Morris, Comité International de la Rayonne et des Fibres Synthétiques: Myths and Realities of Interfibre Competition, documento presentato alla International Wool Textile Organisation, 65<sup>th</sup> International Wool Conference, Cape Town, Repubblica sudafricana, aprile 1996. «Nella concorrenza tra fibre il prezzo non costituisce un fattore tanto significativo quanto spesso si crede, a causa della lunghezza della catena tessile, della natura conservatrice dell'industria tessile e della componente costituita dal prezzo delle materie prime nel prezzo finale del prodotto. (...) Si può citare il noto esempio di un paio di collant. Il costo del filato di poliammide parzialmente orientato utilizzato nei collant è inferiore al 2 % del prezzo di vendita al dettaglio. Per citare un altro esempio, il costo delle fibre in una camicia di cotone è pari a circa il 3 % del prezzo al dettaglio».

<sup>(167)</sup> Cfr. D. Morris, Comité International de la Rayonne et des Fibres Synthétiques: Myths and Realities of Interfibre Competition, documento presentato alla International Wool Textile Organisation, 65<sup>th</sup> International Wool Conference, Cape Town, Repubblica sudafricana, aprile 1996. «(...) Tuttavia, affermare che la competitività in termini di prezzi sia inesistente, non valida di per sé, sarebbe eccessivo, mentre semplicemente non si manifesta che di fronte a forti fluttuazioni dei prezzi e ad ampie variazioni nelle relatività dei prezzi, dell'ordine del 20 %».

<sup>(168)</sup> Ciò è confermato da un documento strategico interno preparato per CVC. [...]\*

<sup>(169)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

c) **VSF tinta in massa****Dimensione del mercato e quote di mercato**

- (197) La VSF tinta in massa rappresenta circa il [ $< 20\%$ ]\* del volume totale di vendite di VSF. La quota di mercato congiunta di Acordis e Lenzing nel SEE sarebbe ancora più alta su questo mercato del prodotto, raggiungendo il [ $80-90\%$ ]\* (Lenzing [ $50-60\%$ ]\*; Acordis: [ $25-35\%$ ]\*), con Sniace molto più indietro, al [ $0-10\%$ ]\*.
- (198) Nonostante la quota di mercato elevata di Lenzing, attualmente sembra esistere un certo grado di concorrenza sul mercato SEE della VSF tinta in massa, in quanto i margini di profitto sono bassi e gli acquirenti considerano equilibrato il loro attuale potere negoziale. Tuttavia, tale concorrenza si esplica principalmente tra le due imprese partecipanti alla concentrazione e cesserebbe in seguito all'operazione. La nuova entità sarebbe quindi in grado di adottare comportamenti indipendenti, per i motivi esposti qui di seguito.

**Concorrenti e ingresso sul mercato**

- (199) Sniace, l'unico concorrente europeo che rimarrebbe attivo nel settore della viscosa tinta in massa, rappresenta il [ $0-10\%$ ]\* del mercato ed è in grado di offrire solo una gamma molto limitata di colori, che non può essere ampliata per motivi economici, in quanto ciò richiederebbe investimenti cospicui e limiterebbe la produzione a causa dei tempi necessari per passare da un colore all'altro.
- (200) Gli altri due produttori europei di VSF, che attualmente non producono VSF tinta in massa, hanno affermato di non essere interessati ad entrare su tale mercato per motivi di economie di scala, anche in caso di un incremento dei prezzi del 5-10 %.
- (201) L'indagine di mercato ha dimostrato che un aumento delle importazioni (attualmente inferiori al [ $< 10\%$ ]\* ) è ancora meno probabile su questo mercato che su quello della VSF greggia. Il produttore ceco Spolana ha chiuso il proprio impianto all'inizio del 2000. Un produttore russo non è considerato affidabile dagli acquirenti e il gruppo indiano Birla-Grasim attualmente non produce la qualità e l'intera gamma di colori necessari a soddisfare il fabbisogno degli acquirenti del SEE; i suoi prodotti sono destinati al mercato indiano. Esiste un solo altro produttore a livello mondiale, FCFC a Taiwan, e non si prevede che esporti nel SEE per motivi analoghi.
- (202) Nella risposta <sup>(170)</sup>, le parti affermano che Birla offre esattamente la stessa gamma di colori prodotti da Acordis a Kelheim.
- (203) Dopo aver esaminato questo argomento, la Commissione ribadisce il suo parere iniziale. Come confermato da Birla <sup>(171)</sup>, la brillantezza e le sfumature e tonalità della gamma di colori preferite sui mercati europei sono diverse da quelle richieste sul mercato indiano. Per la sua produzione di VSF tinta in massa, Birla utilizza la pasta e i pigmenti reperibili sul mercato indiano, che soddisfano le specifiche fissate dal mercato nazionale in materia di gamma di colori e brillantezza. Per soddisfare i requisiti del mercato del SEE, Birla dovrebbe usare pigmenti idonei che, secondo l'impresa, non sono reperibili in India. Da un punto di vista tecnico, Birla ritiene che potrebbe produrre VSF tinta in massa analoga a quella richiesta sui mercati europei utilizzando pigmenti importati. Tuttavia, ribadisce che produrre piccole partite e rispettare i brevi tempi di consegna richiesti dagli acquirenti europei per poter soddisfare il fabbisogno di un mercato volubile e trainato dalla moda non è una possibilità realistica per l'azienda. Le affermazioni di Birla sono in linea con le risposte fornite dagli acquirenti nell'indagine di mercato della Commissione. La Commissione non può quindi considerare Birla un concorrente effettivo o potenziale sul mercato della VSF tinta in massa nel SEE.

<sup>(170)</sup> Paragrafo 2.30.

<sup>(171)</sup> I consulenti legali del gruppo Birla Grasim hanno presentato osservazioni al riguardo in una lettera datata 10 settembre 2001 (pagg. 7232-7234 del fascicolo della Commissione), copia della quale è stata trasmessa alla parte notificante. In tale lettera, si ribadisce una precedente dichiarazione resa a nome del gruppo Birla Grasim (pagg. 4862 e 4863 del fascicolo della Commissione).

### **Anelasticità della domanda**

- (204) L'indagine di mercato ha dimostrato che è improbabile che si verifichi un passaggio significativo ad altri prodotti (o alla VSF greggia tinta in una fase successiva del processo di produzione). In primo luogo, le fibre tinte in massa sono considerate meno costose e di qualità superiore (per quanto riguarda la solidità del colore) rispetto alla VSF tinta in una fase successiva. In secondo luogo, l'uso di fibre tinte in massa, secondo gli acquirenti, costituisce un requisito funzionale per talune applicazioni (per esempio fili bicolore, salviette colorate).
- (205) Inoltre, l'effetto congiunto del passaggio ad altri prodotti e della riduzione o cessazione della produzione<sup>(172)</sup> — il risultato dell'indagine di mercato condotta dalla Commissione nella seconda fase d'indagine indica un effetto pari a circa il 13-14 % — non può essere considerato sufficiente ad esercitare pressioni significative sulle parti. Un'impresa dominante su questo mercato può decidere di alzare i prezzi, esponendosi così ad un calo delle vendite, ma aumentando al tempo stesso la redditività della produzione rimasta.

### **Conclusione per la VSF tinta in massa**

- (206) L'operazione notificata eliminerebbe il principale concorrente di Acordis nel SEE e lascerebbe solo un concorrente minore e meno competitivo. La nuova entità sarebbe quindi in grado di agire in modo indipendente dai concorrenti e dagli acquirenti.
- (207) Per i motivi suesposti, la Commissione è quindi giunta alla conclusione che l'operazione progettata instaurerebbe una posizione dominante della nuova entità sul mercato della VSF tinta in massa nel SEE, atta ad ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune e nel SEE.

### **d) Fibra di viscosa in fiocco per tamponi (assorbenti igienici)**

#### **Dimensione del mercato e quote di mercato; posizione dominante di Acordis**

- (208) Il mercato della VSF per tamponi igienici nel SEE rappresenta circa il [ $< 15\%$ ]\* delle vendite totali di VSF. La quota di mercato congiunta delle parti nel SEE raggiungerebbe [80-90 %]\* (Acordis: [70-80 %]\*, Lenzing: [10-20 %]\*). Esiste un unico concorrente, Svenska Rayon, che rappresenta il restante [ $< 20\%$ ]\*. Gli altri due produttori europei di VSF (Säteri e Sniace) non producono VSF per tamponi, per motivi tecnici o economici, e non intendono produrla in futuro. Non sussistono possibilità realistiche di importare tali fibre.
- (209) Data la struttura del mercato descritta, Acordis può già essere considerata un'impresa dominante sul mercato della VSF per tamponi, in quanto non solo detiene di gran lunga la maggiore quota di mercato ([70-80 %]\*), ma produce e commercializza anche la fibra per tamponi di migliore qualità, denominata «Galaxy», tuttora protetta da brevetto.
- (210) La concentrazione notificata eliminerebbe Lenzing, uno degli unici due attuali concorrenti di Acordis, e rafforzerebbe la possibilità di comportamenti indipendenti della nuova entità per i motivi esposti qui di seguito.

#### **Le pressioni concorrenziali esercitate dall'ingresso potenziale di nuovi operatori o dall'unico concorrente che rimarrebbe attivo sul mercato sono insufficienti**

- (211) Svenska Rayon, l'unico produttore di VSF per tamponi igienici che rimarrebbe attivo nel SEE, è una piccola impresa con una capacità limitata. Sebbene si concentri sui prodotti speciali<sup>(173)</sup> e sia forse in grado di aumentare relativamente la propria capacità, essa non può competere in modo efficace con Acordis e Lenzing, in quanto per la maggioranza degli acquirenti è troppo piccola per essere considerata una valida fonte di approvvigionamento alternativa alla nuova entità. Alcuni acquirenti hanno inoltre manifestato perplessità riguardo alla stabilità economica di Svenska Rayon. L'impresa non sembra essere particolarmente innovativa.

<sup>(172)</sup> In merito a questa distinzione, cfr. considerando 42.

<sup>(173)</sup> Svenska Rayon produce anche stoppa di viscosa (cfr. considerando 105).

- (212) L'entrata di imprese estere su questo mercato tramite importazioni dall'Estremo Oriente è altamente improbabile. In generale, i produttori dell'Estremo Oriente producono principalmente VSF greggia per uso tessile e hanno scarsa esperienza tecnica nelle applicazioni non tessili e ancora meno nelle applicazioni sensibili dal punto di vista dell'igiene, quali la VSF per tamponi. Nessun acquirente di VSF per tamponi ha dichiarato di reperire attualmente le fibre presso fornitori di paesi non appartenenti al SEE, né di avere intenzione di rivolgersi a tali fornitori <sup>(174)</sup>.

**Le pressioni concorrenziali esercitate dal contropotere negoziale degli acquirenti sono insufficienti**

- (213) Le parti sostengono che il loro comportamento concorrenziale sarebbe condizionato dal forte potere negoziale dei loro pochi clienti, che sarebbero in grado di perseguire una strategia di duplice fonte di approvvigionamento. Infatti, una percentuale elevata del fatturato delle parti relativo alle VSF per tamponi è generata da pochi grandi acquirenti quali [...]\*. Va tuttavia rilevato che soltanto alcuni di tali clienti attualmente seguono una strategia di duplice fonte di approvvigionamento. Inoltre, l'operazione notificata ridurrebbe in misura significativa la possibilità degli acquirenti di perseguire tale strategia, in quanto la concentrazione eliminerebbe Lenzing, il principale concorrente di Acordis; come già rilevato, Svenska Rayon da sola non può essere considerata una valida fonte di approvvigionamento alternativa (cfr. considerando 211). Infine, gli acquirenti non possono cambiare fornitore a breve termine, a causa della probabile necessità di adeguare i macchinari e delle rigorose procedure di qualificazione cui sono soggetti i fornitori e i loro prodotti.
- (214) Queste constatazioni sono confermate dai pareri degli acquirenti stessi, la grande maggioranza dei quali ha espresso serie preoccupazioni riguardo alla progettata acquisizione di Lenzing. Sebbene gran parte degli acquirenti consideri equilibrato il proprio attuale potere contrattuale, l'ampia maggioranza di essi prevede che si indebolirà notevolmente se l'operazione notificata sarà portata a termine.
- (215) Inoltre, il livello dei prezzi della VSF per tamponi (in particolare della fibra speciale Galaxy di Acordis, ma anche delle normali fibre per tamponi) è superiore al livello dei prezzi della VSF greggia, [...]\*. Tale differenza di prezzo sarebbe improbabile se gli acquirenti godessero effettivamente di un significativo contropotere negoziale all'acquisto.
- (216) Nella risposta <sup>(175)</sup>, le parti sostengono che la comunicazione delle obiezioni ignora del tutto le osservazioni presentate dai fabbricanti di tamponi, le quali tendono a confermare i margini di sostituzione tra fibre e l'esistenza di un contropotere negoziale nel segmento dei tamponi, e che la Commissione sottovaluta quindi l'entità di tale contropotere. Le parti rilevano inoltre che il processo di trasferimento degli acquirenti di tamponi dall'impianto di Acordis a Mobile, Alabama, a quello di Kelheim in Germania ha richiesto solo quattro mesi, il che dimostra l'infondatezza del parere della Commissione riguardo all'impossibilità di cambiare fornitore in tempi brevi. Infine, le parti accennano alla capacità dei fabbricanti di tamponi igienici di dettare le loro condizioni ai fornitori di viscosa in relazione a un'intera gamma di prodotti.
- (217) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione conferma la propria analisi. In primo luogo, i passaggi tratti dalle osservazioni presentate dai terzi citati dalle parti nella risposta non sono conclusivi. In una risposta, l'acquirente dichiara esplicitamente che la sua osservazione è rilevante solo «nel lungo periodo». La risposta di un altro acquirente citato dalle parti <sup>(176)</sup>, pur riferendosi alla possibilità di ridurre del 10 % il consumo di VSF in un periodo di due mesi, rileva anche che tale variazione comporterebbe diseconomie nella produzione. Cita le caratteristiche delle fibre utilizzate, le difficoltà tecniche connesse all'adattamento del processo di produzione e i tempi e costi necessari per realizzarlo come motivi per cui non è possibile raggiungere un grado di sostituzione sufficiente a compensare gli incrementi di prezzo della VSF. Infine, questo produttore ritiene che la sua posizione sarà piuttosto debole in seguito alla concentrazione.

<sup>(174)</sup> [Riferimento ad un documento interno]\*.

<sup>(175)</sup> Paragrafi 2.8 e segg.

<sup>(176)</sup> Pagg. 3089-3098, identiche alle pagg. 4124-4134 del fascicolo della Commissione.

- (218) Per quanto riguarda le risposte al questionario distribuito dalla Commissione nella prima fase della procedura, fornite dai due fabbricanti di tamponi igienici citati nella risposta, occorre rilevare che uno di essi considera la sostituzione possibile solo sostenendo costi elevati e non la ritiene quindi fattibile dal punto di vista economico. Questo acquirente non passerebbe dalle VSF ad altre fibre nel caso di un piccolo incremento non transitorio dei prezzi delle VSF del 5-10 %. È vero che l'acquirente in questione dichiara anche di poter sostituire il 50 % del suo consumo di VSF con il lyocell; è tuttavia difficile che tale minaccia possa esercitare una pressione concorrenziale sulle parti, dal momento che sono gli unici produttori di lyocell a livello mondiale. Inoltre, lo stesso acquirente afferma che la sostituzione richiederebbe almeno 12 mesi, a causa dei requisiti regolamentari in materia di salute e sicurezza. L'altro acquirente citato dalle parti nella risposta dichiara che, pur potendo «teoricamente» passare completamente ad altre fibre e mischie, la sua impresa ha deciso di non avvalersi di queste alternative, in quanto la VSF offre le migliori prestazioni. Nessuno di questi due acquirenti considera forte la posizione della propria impresa in seguito alla concentrazione (un acquirente la definisce «più debole» e l'altro, che la considera forte prima della concentrazione, ritiene che in seguito sarebbe «equilibrata»). I pareri espressi in queste risposte confermano quindi pienamente l'analisi della Commissione.
- (219) Gli altri passaggi delle risposte fornite dai fabbricanti di tamponi nella seconda fase d'indagine citati dalle parti sono altrettanto inconcludenti. Sebbene in caso di un incremento permanente dei prezzi delle VSF del 5-10 % un fabbricante passerebbe ad altre fibre rispettivamente per il 25 %-75 % e per il 25 %-100 % del proprio consumo, lo stesso fabbricante ha aggiunto che il periodo necessario per lo sviluppo del prodotto sarebbe di almeno 24 mesi e la sostituzione richiederebbe ingenti risorse, in termini di investimenti in conto capitale, collaudi e qualificazioni e calo di produzione, fatto che rende altamente improbabile che questa possibilità di sostituzione eserciti sufficienti pressioni concorrenziali sulle parti.
- (220) Analogamente, il fatto che un acquirente si attenda solo un incremento contenuto dei prezzi in seguito all'operazione progettata e che secondo un altro acquirente l'entità risultante dalla concentrazione sarà più solida dal punto di vista economico non confuta l'analisi della Commissione. Né la previsione di incrementi contenuti dei prezzi né la presunta maggiore solidità economica dell'entità risultante dalla concentrazione escludono la possibilità delle parti di agire in modo indipendente dagli acquirenti e dai concorrenti in seguito alla concentrazione.
- (221) Del pari, la Commissione non considera il trasferimento di clienti da uno stabilimento di Acordis (Mobile, Alabama) ad un altro (Kelheim, Germania) un indizio sufficiente a concludere che gli ostacoli da superare per cambiare fornitore di VSF siano trascurabili (cfr. considerando 213). A prescindere dal fatto che i suddetti clienti ricevano le fibre di viscosa dallo stabilimento di Acordis negli Stati Uniti o da quello in Germania, il prodotto è comunque fornito dallo stesso produttore e non da produttori diversi.
- (222) Per quanto possa sorprendere che persino i grandi fabbricanti di tamponi igienici non abbiano un potere negoziale sufficiente a contrastare in modo efficace il comportamento concorrenziale indipendente dell'entità risultante dalla concentrazione, si deve considerare che tali imprese sono in larga misura «vincolate» dai costi di sostituzione elevati. Anche se appartengono a gruppi industriali di dimensioni di gran lunga maggiori rispetto ai produttori di viscosa, i fabbricanti di tamponi non avranno altra scelta se non quella di approvvigionarsi dall'entità risultante dalla concentrazione, i cui principali clienti del settore tessile e del settore dei non tessuti acquistano quantitativi analoghi o persino superiori a quelli acquistati dai fabbricanti di tamponi; di fatto, la nuova entità dipende meno dai fabbricanti di tamponi di quanto questi ultimi non dipendano da lei<sup>(177)</sup>. Questo argomento è ancora più valido nel caso dei piccoli fabbricanti di tamponi venduti con il marchio del distributore.
- (223) Infine, «la capacità di dettare le proprie condizioni in relazione a un'intera gamma di prodotti» da parte dei fabbricanti di tamponi non può essere considerata una fonte di sufficienti pressioni concorrenziali, in quanto i fabbricanti di tamponi di norma non acquistano VSF per prodotti diversi dai tamponi igienici (per esempio salviette per neonati); per tali prodotti, essi acquistano VSF in rotolo dai fabbricanti di materiale in rotoli. Sono questi ultimi ad acquistare la VSF (greggia) dai produttori di VSF. I fabbricanti di tamponi hanno quindi scarse possibilità di influenzare le decisioni in materia di acquisto dei fabbricanti di materiale in rotoli in relazione alle parti.

<sup>(177)</sup> Si noti la dimensione relativamente ridotta del mercato delle VSF per tamponi, indicata al considerando 208. Si noti inoltre che l'unico altro produttore europeo di VSF è considerato troppo piccolo per rappresentare un'alternativa effettivamente valida.



### **Le pressioni concorrenziali esercitate dalle altre fibre sono insufficienti**

- (224) Le pressioni concorrenziali esercitate dai mercati del prodotto vicini (concorrenza tra fibre) possono derivare solo dal cotone e non si possono considerare sufficienti a contrastare la posizione di forza della nuova entità. Infatti, l'uso del cotone è stato escluso da uno dei maggiori fabbricanti di tamponi mentre un altro ha affermato che il passaggio al cotone comporterebbe costi molto elevati.
- (225) Le pressioni concorrenziali esercitate sia dagli acquirenti disposti a cambiare fibra sia dagli acquirenti che cesserebbero la produzione o ridurrebbero il volume di consumo di VSF per tamponi sono altrettanto limitate (inferiori al 6 % nel caso di un incremento permanente dei prezzi del 10 %).

### **Conclusione per le VSF per tamponi igienici**

- (226) L'operazione notificata eliminerebbe il principale concorrente di Acordis nel SEE e non lascerebbe sufficienti alternative per gli acquirenti, rafforzando così l'attuale possibilità di Acordis di agire in modo indipendente dai concorrenti e dagli acquirenti.
- (227) Per i motivi suesposti, la Commissione è quindi giunta alla conclusione che l'operazione progettata rafforzerebbe la posizione dominante di Acordis sul mercato della VSF per tamponi igienici nel SEE, con la conseguenza che la concorrenza effettiva sarebbe sensibilmente ostacolata nel mercato comune e nel SEE.

### **e) Conclusione per le VSF**

- (228) Per i motivi suesposti, la Commissione è quindi giunta alla conclusione che l'operazione progettata instaurerebbe una posizione dominante della nuova entità sui mercati della VSF greggia e della VSF tinta in massa nel SEE e rafforzerebbe la posizione dominante di Acordis sul mercato della VSF per tamponi igienici nel SEE, e che di conseguenza la concorrenza effettiva sarebbe ostacolata in modo significativo nel mercato comune e nel SEE.
- (229) La Commissione rileva che anche se il mercato del prodotto rilevante, diversamente dalla definizione del mercato data dalla Commissione (cfr. considerandi 82-115), dovesse includere tutte le fibre di viscosa in fiocco, l'operazione notificata eliminerebbe il principale concorrente di Acordis nel SEE, darebbe vita ad un'impresa con quote di mercato a livello del SEE pari al [60-70 %]\* (cfr. considerando 139) e lascerebbe soltanto tre concorrenti minori e meno competitivi. Le condizioni presenti su un mercato globale delle VSF sarebbero analoghe a quelle generali del mercato (cfr. considerandi 140-158) e a quelle riscontrate per il mercato della VSF greggia (cfr. considerandi 159-194), i quali rappresentano circa il [70-75 %]\* delle vendite totali di VSF nel SEE. Andrebbe quindi applicato il medesimo ragionamento sopra descritto in relazione al mercato della VSF greggia. La concentrazione è pertanto atta a creare una posizione dominante della nuova entità, per effetto della quale una concorrenza effettiva sarebbe ostacolata in modo significativo nel mercato comune e nel SEE.

## **2. LYOCELL**

### **Quote di mercato**

- (230) Lenzing e Acordis sono attualmente gli unici produttori di lyocell a livello mondiale. La quota di mercato di Lenzing è di circa il [< 25 %]\*, mentre il lyocell prodotto da Acordis con il marchio «Tencel» rappresenta circa [> 75 %]\* delle vendite totali di lyocell. Nel SEE, la differenza tra le quote di mercato delle parti è minore.

### **Eliminazione dell'unico concorrente di Acordis**

- (231) Finora, Acordis e Lenzing sono state in concorrenza tra loro sul mercato del lyocell, in particolare nel SEE, dove Lenzing pratica prezzi notevolmente inferiori rispetto ad Acordis. L'operazione notificata creerebbe un monopolio mondiale sul mercato del lyocell ed eliminerebbe quindi la concorrenza tra le parti. La nuova entità sarebbe in grado di agire in maniera indipendente da ogni vincolo concorrenziale per i motivi esposti qui di seguito.

### **Non si può prevedere l'ingresso di nuovi operatori sul mercato nel breve periodo**

- (232) Sebbene le parti prevedano l'ingresso sul mercato di un produttore cinese e di un produttore coreano intorno al 2003, nonché l'ingresso di altri produttori in una fase successiva, l'indagine di mercato condotta dalla Commissione ha rivelato che non ci si può attendere l'ingresso di nuovi operatori sul mercato nel breve periodo. I potenziali nuovi operatori che hanno risposto al questionario della Commissione hanno anzi dichiarato che avrebbero bisogno di diversi anni per diventare operativi ed entrare in concorrenza effettiva con le parti sul mercato del lyocell.
- (233) Lenzing e Acordis sostengono che i loro brevetti per la tecnologia del lyocell non costituiscono un ostacolo all'ingresso sul mercato e che può risultare difficile far valere tali diritti di proprietà intellettuale. Questo parere è stato energicamente contestato dai terzi interessati ad entrare sul mercato. L'indagine della Commissione ha rivelato l'esistenza di considerevoli ostacoli tecnologici all'ingresso sul mercato, in quanto le parti detengono un numero significativo di brevetti per la tecnologia di produzione del lyocell (cfr. considerandi 246-247).
- (234) Nella risposta, le parti sostengono che la comunicazione delle obiezioni della Commissione sottovaluta le probabilità di ingresso di nuovi operatori sul mercato<sup>(178)</sup> e presentano un elenco di nuovi operatori potenziali, basato sulle risposte dei concorrenti ai questionari della Commissione.
- (235) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione non li considera convincenti. Infatti, diversi nuovi operatori potenziali indicati dalle parti sono in realtà istituti di ricerca che partecipano allo sviluppo della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell; in nessuna circostanza tali istituti possono essere considerati produttori potenziali di fibre di lyocell.
- (236) Inoltre, la risposta delle parti non indica il periodo in cui la maggioranza dei nuovi operatori dovrebbe realisticamente entrare sul mercato. Per quanto riguarda l'ingresso sul mercato del gruppo indiano Birla Grasim, previsto «entro i prossimi due anni», la risposta omette che tale periodo è messo in dubbio dalla «non disponibilità di alcune apparecchiature essenziali a causa di vincoli concernenti il modello derivanti dai brevetti detenuti da Lenzing/Acordis e quindi potrebbero essere necessari sforzi maggiori e tempi più lunghi»<sup>(179)</sup>. Inoltre, ogni nuovo operatore potenziale deve affrontare la minaccia di controversie con Acordis e Lenzing in materia di brevetti (cfr. considerando 248). Per quanto riguarda l'accenno all'ingresso sul mercato di un'impresa cinese, della quale la risposta non indica il nome, l'informazione non è stata confermata dai risultati generali dell'indagine di mercato; in particolare, la Commissione non ha potuto contattare detta impresa durante l'indagine di mercato al fine di ottenere conferme in merito alla sua strategia futura. Neppure l'impresa coreana Hanil ha rivelato alla Commissione in quale misura sia già attiva o preveda di diventare attiva sul mercato delle fibre di lyocell<sup>(180)</sup>. Poiché si basano esclusivamente su vaghe osservazioni riguardanti imprese terze, le probabilità di ingresso sul mercato nel prossimo futuro non sono sufficienti per permettere alla Commissione di concludere che si manifesteranno pressioni concorrenziali significative sulle parti nel breve periodo<sup>(181)</sup>.

<sup>(178)</sup> Paragrafi 3.18 e segg.

<sup>(179)</sup> Cfr. osservazioni di Birla, pag. 2077 del fascicolo della Commissione.

<sup>(180)</sup> Questa mancanza di dati fattuali concernenti il potenziale ingresso sul mercato non può essere sostituita o adeguatamente compensata dall'accenno a semplici annunci su siti web sui quali è stata richiamata l'attenzione della Commissione.

<sup>(181)</sup> [Riferimento ad un documento di strategia interno]\*.

- (237) Alla luce di queste circostanze, la concorrenza potenziale non si può considerare una fonte sufficiente di pressioni concorrenziali sulle parti, in grado di compensare gli effetti dell'operazione notificata <sup>(182)</sup>.

### **Incentivo ad alzare i prezzi**

- (238) L'indagine di mercato ha altresì rivelato che il mercato del lyocell è attualmente caratterizzato da un eccesso di capacità. Di conseguenza, la nuova entità sarà incentivata a ridurre la produzione di lyocell al fine di ottenere prezzi più elevati (integrando la strategia di Lenzing con quella di Acordis, basata sul prodotto dal prezzo elevato con marchio Tencel), in particolare alla luce dei cospicui investimenti nella tecnologia del lyocell da recuperare. È utile rilevare che la maggioranza degli acquirenti prevede che i prezzi del lyocell aumentino o quanto meno rimangano invariati nel caso di una concentrazione tra Acordis e Lenzing, mentre si attende una diminuzione dei prezzi in assenza della concentrazione. Sebbene gran parte degli acquirenti consideri equilibrato il proprio attuale potere contrattuale, la stragrande maggioranza prevede che si indebolirà notevolmente qualora l'operazione notificata sia portata a termine.

### **Ulteriori argomenti adottati nella risposta delle parti**

- (239) Per quanto riguarda la valutazione sotto il profilo della concorrenza, nella risposta le parti sostengono che nella sua valutazione la Commissione ignora il contesto più ampio del mercato e sottovaluta il rischio cui sarebbe esposto il lyocell <sup>(183)</sup>. In particolare, affermano che la comunicazione delle obiezioni non tiene conto delle pressioni concorrenziali derivanti dalla possibilità degli acquirenti a valle di passare ad altre fibre <sup>(184)</sup>. Secondo le parti, i prodotti fabbricati con fibre diverse sono quasi completamente intercambiabili per gli acquirenti a valle. Nella lettera, la parte notificante afferma inoltre che i dati in possesso della Commissione dimostrano che in caso di un incremento di prezzo del 5-10 %, i volumi di vendita del lyocell diminuirebbero del 15 %, in quanto gli acquirenti passerebbero ad altre fibre <sup>(185)</sup> e, se si include il calo di volume dovuto alla riduzione o al cambio di fibra da parte degli acquirenti, l'effetto della sostituzione raggiungerebbe il 30 %.
- (240) Dopo aver esaminato questi argomenti, la Commissione considera il ragionamento delle parti contraddittorio. Da un lato, la risposta indica che il settore del lyocell ha grandi problemi a trovare un mercato, le vendite sono diminuite e sia Acordis sia Lenzing si trovano in gravi difficoltà finanziarie nelle rispettive attività relative al lyocell <sup>(186)</sup>. Dall'altro lato, le parti prevedono l'ingresso sul mercato di nuovi operatori in tempi brevi, il che induce a ritenere che quello del lyocell sia un mercato attraente, sul quale si possono realizzare profitti <sup>(187)</sup>. [...] <sup>(188)</sup>.
- (241) Per quanto riguarda la distinzione tra il passaggio ad altre fibre, da un lato, e la cessazione della produzione o la riduzione del volume di consumo di lyocell dall'altro, la Commissione ribadisce gli argomenti esposti ai considerandi 42 e 190. Rimanda inoltre all'esame, esposto ai considerandi 67 e 68, della relativa irrilevanza di flessioni della produzione di entità superiore al tasso di incremento dei prezzi del lyocell. Come illustrato in tali paragrafi, persino cali di produzione ancora maggiori in conseguenza di incrementi dei prezzi potrebbero risultare redditizie se accompagnate dalla chiusura di un impianto. Questo argomento è altrettanto valido per un calo delle vendite del 15 % e per cali superiori, fino a un massimo del 30 %.
- (242) Riguardo alla questione del passaggio ad altre fibre da parte degli acquirenti a valle, la Commissione rileva infine che il questionario distribuito nella prima fase d'indagine chiedeva esplicitamente agli acquirenti se loro o i loro clienti sarebbero passati ad altre fibre in caso di un piccolo incremento non transitorio dei prezzi del 5-10 %. Le risposte indicano che in tali circostanze soltanto il 4-5 %

<sup>(182)</sup> [Riferimento ad un documento di strategia interno]\*.

<sup>(183)</sup> Paragrafi 3.1, 3.7 e segg., 3.16-3.17.

<sup>(184)</sup> Paragrafi 3.7 e segg.

<sup>(185)</sup> Per il solo passaggio ad altre fibre, cfr. considerandi 67 e 68.

<sup>(186)</sup> Paragrafo 3.16.

<sup>(187)</sup> Cfr. risposta delle parti, paragrafi 3.18 e segg.

<sup>(188)</sup> [Riferimento a documenti interni]\*.

circa <sup>(189)</sup> del volume di vendite di lyocell sarebbe interessato dalla sostituzione. Sebbene a prima vista il risultato del primo questionario possa sembrare in contrasto con quello del secondo (i cui risultati sono esaminati ai considerandi 67 e 68, in relazione al passaggio ad altre fibre, e al considerando 241, in relazione al passaggio ad altre fibre e alla cessazione/riduzione della produzione), va rilevato che nella prima fase d'indagine gli acquirenti che hanno risposto rappresentavano un volume di vendite nel SEE più elevato rispetto alla seconda fase, il che rende i risultati della prima fase più attendibili.

- (243) La Commissione rimanda inoltre all'argomento esposto al considerando 190, prima e seconda frase, relativo alla concorrenza tra fibre a valle, valido anche per il lyocell.

### **Conclusionione**

- (244) L'operazione notificata creerebbe un monopolio mondiale sul mercato del lyocell ed eliminerebbe quindi la concorrenza in tale settore, consentendo alle parti di agire in modo indipendente dai concorrenti potenziali e dagli acquirenti.
- (245) Per i motivi suesposti, la Commissione è quindi giunta alla conclusione che l'operazione progettata instaurerebbe una posizione dominante della nuova entità sul mercato del lyocell, sia a livello mondiale sia nel SEE, atta ad ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune e nel SEE.

### **3. TECNOLOGIA PER LA PRODUZIONE E LA TRASFORMAZIONE DEL LYOCELL**

#### **Combinazione di brevetti**

- (246) Acordis e Lenzing sono gli unici operatori attualmente attivi sul mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell in grado di offrire una tecnologia «chiavi in mano». Ciascuno di essi produce lyocell in base alla propria tecnologia. Al fine di risolvere una controversia in materia di proprietà intellettuale, il 22 dicembre 1997 le due imprese hanno concluso un accordo di concessione reciproca di licenze, in forza del quale ogni parte ha concesso all'altra una licenza mondiale non esclusiva, senza canone, per la fabbricazione, l'uso e la vendita del lyocell e di prodotti in lyocell per l'intera durata dei rispettivi brevetti. Di conseguenza, ciascuna delle due imprese ha pieno accesso alla tecnologia di produzione dell'altra dal dicembre 1997.
- (247) Le parti detengono congiuntamente la maggior parte dei brevetti per la produzione e il trattamento del lyocell.

#### **Possibilità di impedire l'ingresso sul mercato**

- (248) Grazie ai rispettivi brevetti, Acordis e Lenzing sono in grado di impedire o ritardare in modo significativo l'ingresso di nuovi operatori sul mercato della produzione del lyocell. I terzi che potrebbero prendere in considerazione la possibilità di commercializzare la tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell o di vendere linee di produzione del lyocell a produttori potenziali devono sistematicamente tener conto del rischio di violare tali brevetti e di dover affrontare le successive controversie con le parti. Per gli stessi motivi, i terzi che potrebbero essere considerati produttori potenziali di lyocell sono poco disposti ad acquistare la tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell o linee di produzione messe a punto da fornitori diversi da Acordis o Lenzing.

<sup>(189)</sup> 3,9 % in caso di un incremento dei prezzi del 5 %, 5,3 % in caso di un incremento del 10 %.

- (249) L'operazione notificata renderebbe più difficile per i terzi ottenere licenze per le tecnologie di produzione e trasformazione del lyocell di Acordis e Lenzing. In primo luogo, il numero di potenziali licenzianti si ridurrebbe da due a uno: mentre infatti attualmente esistono due licenzianti potenziali — [...] — in seguito alla concentrazione ne rimarrebbe uno solo. In secondo luogo, l'incentivo a concedere a terzi licenze per la tecnologia «chiavi in mano» si ridurrebbe notevolmente a concentrazione avvenuta; come già indicato (cfr. considerandi 230-245), la nuova entità deterrebbe il monopolio del mercato a valle delle fibre di lyocell e non avrebbe quindi alcun interesse a vedere tale monopolio intaccato da un nuovo concorrente potenziale in possesso di una licenza per la sua tecnologia. Alla luce di questi effetti, anche la concorrenza a livello di sviluppo di singoli brevetti per la produzione e la trasformazione su questo mercato sarebbe soffocata, in quanto diminuirebbe il numero di acquirenti potenziali.

### **È improbabile che nuovi operatori entrino sul mercato nel futuro prevedibile**

- (250) L'indagine di mercato condotta dalla Commissione ha rivelato che, nelle circostanze sopra descritte, non ci si può attendere l'ingresso sul mercato di terzi che offrano licenze «chiavi in mano» nel futuro prevedibile (cioè entro due anni al massimo). Sebbene le imprese dell'Asia orientale e l'impresa di engineering tedesca Zimmer AG abbiano cominciato a sviluppare la propria tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell, qualsiasi impresa che intenda entrare sul mercato nel breve periodo, nelle circostanze attuali, deve ottenere licenze per almeno parte della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell di proprietà di Acordis e di Lenzing, al fine di escludere il rischio di controversie in materia di proprietà intellettuale. La posizione dominante delle parti non potrebbe quindi essere contrastata nel breve e medio periodo.

### **La risposta delle parti**

- (251) Nella risposta, le parti non esaminano i problemi suesposti<sup>(190)</sup>. Si limitano ad affermare che uno dei terzi interpellati dalla Commissione ha presentato osservazioni «del tutto funzionali al proprio interesse» nell'intento di «trarre indebiti vantaggi dai cospicui investimenti» delle parti. Sottolineano inoltre che, in assenza dell'accordo di concessione reciproca di licenze tra le parti, il lyocell probabilmente non sarebbe mai stato prodotto né dall'una né dall'altra e considerano «decisamente spropositato pretendere che importanti investimenti in attività di R & S siano compromessi in modo sostanziale allo scopo di prevenire quella che, nel peggiore dei casi, è una remota, ipotetica attenuazione della concorrenza tra le parti per quanto riguarda la fornitura di servizi tecnologici».
- (252) Dopo aver esaminato queste osservazioni, la Commissione rileva che la sua valutazione della situazione della concorrenza sul mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell non si è mai basata esclusivamente sulle osservazioni di un terzo, ma ha tenuto conto di una serie di elementi fattuali, tra cui le informazioni fornite dalle parti stesse (cfr. considerandi 246-250). Inoltre, il presunto rischio che «si traggano indebiti vantaggi» e l'interesse delle parti a proteggere i loro investimenti e sforzi di ricerca e sviluppo nel settore non alterano il fatto che le parti attualmente detengono la maggior parte dei brevetti esistenti per la produzione e la trasformazione del lyocell, sono in grado di impedire o di ritardare in modo significativo l'ingresso di nuovi operatori sul mercato della produzione del lyocell e che è improbabile che tale ingresso sul mercato avvenga nel futuro prevedibile. Questi fatti, su cui si fonda la valutazione della Commissione del mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell, non sono stati contestati dalle parti e restano validi come base per la conclusione della Commissione.

### **Conclusione**

- (253) L'operazione notificata creerebbe un quasi monopolio mondiale sul mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell ed eliminerebbe quindi o limiterebbe drasticamente l'eventuale concorrenza presente nel settore, consentendo alle parti di agire in modo indipendente dai concorrenti potenziali e dagli acquirenti. Per i motivi suesposti, la Commissione è quindi giunta alla conclusione che l'operazione notificata instaurerebbe una posizione dominante delle parti sul mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell, atta ad ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva nel mercato comune e nel SEE.

<sup>(190)</sup> Paragrafo 4.1 e segg.

## D. IMPEGNI

- (254) Il 25 settembre 2001, durante la seconda fase d'indagine, CVC ha proposto impegni intesi a risolvere i problemi di concorrenza identificati dalla Commissione nella comunicazione delle obiezioni. Tali proposte in sostanza ribadiscono gli impegni comunicati alla Commissione in data 30 maggio, durante la prima fase dell'indagine.

## 1. DESCRIZIONE DEGLI IMPEGNI

a) **Fibre di viscosa in fiocco**

- (255) Acordis propone di concedere a un'impresa indipendente una licenza non esclusiva sui brevetti Galaxy, per la produzione, l'uso e/o la vendita della fibra di viscosa Galaxy per tamponi igienici <sup>(191)</sup> in tutto il territorio del SEE e del NAFTA <sup>(192)</sup>.

b) **Lyocell**

- (256) Concessione ad un'impresa indipendente approvata dalla Commissione di una licenza non esclusiva sui brevetti di Lenzing e Acordis relativi al lyocell. La licenza non comprende il diritto di concedere sublicenze, ma prevede la prestazione dei necessari servizi di assistenza e supporto tecnico (compresa la tecnologia di produzione e trasformazione). Il campo d'applicazione geografico della licenza comprende almeno l'intero territorio del SEE.
- (257) I rimedi proposti prevedono inoltre accordi di fabbricazione in subappalto per un periodo massimo di cinque anni, per un massimo di [...] tonnellate annue di lyocell, che concedono al licenziatario l'accesso alle infrastrutture di produzione del gruppo risultante dalla concentrazione.

## 2. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

a) **Fibra di viscosa in fiocco greggia**

- (258) Gli impegni proposti non risolvono i problemi di concorrenza sollevati dall'operazione sul mercato della VSF greggia. Infatti, la licenza per la fibra Galaxy che le parti propongono di concedere riguarda soltanto il mercato delle VSF per tamponi.

b) **Fibra di viscosa in fiocco tinta in massa**

- (259) Gli impegni non risolvono neppure i problemi di concorrenza sollevati dall'operazione sul mercato della VSF tinta in massa. Anche in questo caso, la proposta di concedere una licenza per la fibra Galaxy riguarda soltanto il mercato delle VSF per tamponi.

c) **Fibra di viscosa in fiocco per tamponi igienici**

- (260) Gli impegni non risolvono del tutto i problemi di concorrenza sul mercato della fibra di viscosa per tamponi. La proposta di concedere una licenza sui brevetti Galaxy non è sufficiente a compensare il

<sup>(191)</sup> Galaxy, la fibra di viscosa di migliore qualità per tamponi igienici è protetta da brevetti in alcune zone importantissime (segnatamente il Regno Unito e gli Stati Uniti).

<sup>(192)</sup> Accordo di libero scambio nordamericano.

rafforzamento di una posizione dominante prodotto dalla scomparsa di Lenzing, l'unico concorrente effettivamente credibile e in grado di contrastare la posizione dominante di Acordis<sup>(193)</sup>. Alla luce dei costi elevati di conversione, anche per altri fornitori di VSF che potrebbero dover ancora superare le rigorose procedure interne di qualificazione dei fabbricanti di tamponi nonché le procedure di approvazione previste dalla normativa sanitaria (cfr. anche considerandi 213 e 221)<sup>(194)</sup>, è lecito attendersi una scarsa propensione degli acquirenti a rivolgersi al nuovo licenziatario del brevetto Galaxy per il proprio approvvigionamento. Tale riluttanza sarebbe accentuata nel caso dei fabbricanti di tamponi attivi sia negli Stati Uniti sia nel SEE, in quanto la nuova entità sarebbe l'unica impresa in grado di fornire il prodotto sia nel SEE sia negli Stati Uniti, senza dover ricorrere a spedizioni transoceaniche.

d) **Lyocell**

- (261) Per i motivi che seguono, la Commissione non considera gli impegni proposti sufficienti a risolvere i problemi di concorrenza evidenziati nella sua comunicazione delle obiezioni in relazione al lyocell.
- (262) Il licenziatario non potrebbe esercitare una concorrenza effettiva da uno stabilimento indipendente dalle parti nel breve periodo. Il fatto che un tale stabilimento di produzione indipendente possa diventare operativo nel medio termine, cioè entro un periodo di 2-3 anni, dipenderà, tra l'altro, dal supporto tecnico fornito al licenziatario dalla nuova entità e dalla presunta redditività economica di un tale investimento. Le parti sarebbero in grado di scoraggiare un rapido ingresso sul mercato, utilizzando meno della piena capacità ai fini di una strategia volta a mantenere i prezzi elevati. Il mantenimento di una certa capacità in esubero ed il perseguimento di una strategia basata sul marchio, quale quella adottata da Acordis nel passato, costituirebbero ostacoli all'ingresso.
- (263) Il potere monopolistico delle parti nel breve e medio periodo non sarebbe contrastato in misura sufficiente dall'accordo di produzione proposto. Secondo i termini e per la natura stessa di tale accordo, il licenziatario e appaltatore della fabbricazione (in prosieguo «licenziatario/appaltatore») si troverebbe in una posizione di svantaggio commerciale, in quanto la nuova entità godrebbe di una trasparenza ad ampio raggio per quanto riguarda la strategia commerciale, i costi, le vendite e la clientela del licenziatario.
- (264) Data la mancanza di esperienza tecnica, il licenziatario/appaltatore non potrebbe competere con la nuova entità in termini di qualità del servizio tecnico. Tenuto conto della sua probabile dipendenza dalla nuova entità per la distribuzione del prodotto e per l'assistenza tecnica, esso non potrebbe neppure competere in termini di qualità del servizio di distribuzione. Il licenziatario/appaltatore non sarebbe inoltre in grado di competere in modo redditizio a livello di prezzi, in quanto la formula di determinazione dei prezzi prevista dall'accordo di produzione proposto dalle parti (costi di produzione più tariffa di fabbricazione) garantisce che i suoi costi siano maggiori rispetto a quelli della nuova entità. La nuova entità avrebbe quindi la possibilità di dare avvio in qualsiasi momento ad una guerra dei prezzi. Naturalmente, il licenziatario non avrebbe interesse, dal punto di vista commerciale, a correre rischi e tenderebbe ad allineare la propria strategia in materia di prezzi a quella della nuova entità oppure — nel caso in cui la nuova entità decidesse di concentrarsi interamente sul segmento dei prodotti di marca — ad adeguare il proprio comportamento in modo da fissare il prezzo del suo prodotto senza marchio (o con un marchio poco noto) ad un livello tale da non esercitare una concorrenza effettiva nei confronti del prodotto di marca della nuova entità.

<sup>(193)</sup> In realtà, esistono soltanto due imprese che si possono considerare acquirenti potenziali di tali licenze. L'impresa svedese Svenska Rayon sarebbe troppo piccola, anche con una licenza per la fibra Galaxy, per esercitare lo stesso grado di pressioni concorrenziali sull'impresa dominante di quelle attualmente esercitate da Lenzing insieme con Svenska Rayon. L'altro acquirente potenziale, l'impresa finlandese Säteri Oy, avrebbe lo svantaggio di dover entrare su un mercato in cui non ha mai operato in precedenza.

<sup>(194)</sup> Ciò è vero a prescindere dalla tecnologia di estrusione (cui si riferiscono i brevetti Galaxy) utilizzata, in quanto la procedura di qualificazione riguarda il processo di produzione nel suo insieme, in particolare per quanto riguarda le condizioni igieniche.

- (265) Non potendo avviare e collaudare sviluppi tecnologici durante il periodo di produzione nel quadro dell'accordo, il licenziante/appaltatore godrebbe inoltre di minore credibilità, dal punto di vista tecnologico, presso gli acquirenti che intendono rimanere all'avanguardia dei nuovi sviluppi. Gli acquirenti non avrebbero la certezza che il licenziatario possa impegnarsi a garantire loro forniture nel lungo termine, finché non abbia cominciato a costruire il proprio impianto. Inoltre, la credibilità a lungo termine del licenziatario in materia di forniture rimarrebbe necessariamente limitata, anche dopo l'inizio della costruzione, finché il nuovo impianto non sia entrato pienamente in funzione ed abbia dimostrato la sua capacità di garantire forniture regolari della qualità richiesta nel lungo periodo.
- (266) Pertanto, il licenziatario/appaltatore non potrebbe limitare in modo efficace il potere concorrenziale della nuova entità nel breve e medio periodo.

**e) Tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell**

- (267) Per quanto riguarda la tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell, gli impegni proposti non sono sufficienti. La nuova entità rimarrebbe l'unico operatore a livello mondiale in grado di concedere licenze per tale tecnologia nell'ambito di pacchetti «chiavi in mano». Nessun altro produttore potrebbe quindi cominciare a produrre lyocell senza concludere un accordo di licenza con la nuova entità o senza correre il rischio di denunce per violazione dei brevetti. La concorrenza sul mercato della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell sarebbe quindi eliminata in relazione alla tecnologia «chiavi in mano». Tale situazione non solo indurrebbe un rallentamento dello sviluppo tecnologico<sup>(195)</sup>, ma anche il probabile allineamento del comportamento di ogni nuovo operatore sul mercato della produzione di fibre di lyocell a quello della nuova entità, altro fattore che impedirebbe ai nuovi operatori di contrastare in modo efficace la posizione dominante della nuova entità sul mercato delle fibre di lyocell.

**f) Conclusione per gli impegni**

- (268) Per i motivi suesposti, la Commissione è giunta alla conclusione che gli impegni proposti non eliminano i problemi di concorrenza identificati nella comunicazione delle obiezioni e non possono costituire la base per una decisione di autorizzazione.

## VII. CONCLUSIONE GENERALE

- (269) Per i motivi suesposti, la Commissione è giunta alla conclusione che la concentrazione è atta a creare una posizione dominante sui mercati del SEE della fibra di viscosa in fiocco greggia, della fibra di viscosa in fiocco tinta in massa, del lyocell, della tecnologia per la produzione e la trasformazione del lyocell, e a rafforzare una posizione dominante sul mercato del SEE della fibra di viscosa in fiocco per tamponi igienici, per effetto delle quali una concorrenza effettiva sarebbe ostacolata in modo significativo nel mercato comune e nel territorio del SEE,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

### Articolo 1

L'operazione notificata mediante la quale Zellulosefaser Beteiligungs-Gesellschaft mbH intende acquisire il controllo dell'insieme dell'impresa Lenzing AG, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni, è dichiarata incompatibile con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE.

<sup>(195)</sup> Il rallentamento dello sviluppo tecnologico sarebbe dovuto a due fattori: in primo luogo, l'incentivo immediato della nuova entità ad investire in sviluppi tecnologici, e quindi attenuare gli ostacoli all'entrata, sarebbe ridotto dal problema dei «vantaggi indebiti» che potrebbe dover affrontare riguardo al licenziatario. Sebbene il problema dei vantaggi indebiti esista anche rispetto all'attuale situazione di concorrenza tra Acordis e Lenzing, esso è efficacemente controbilanciato dalla rivalità tecnologica tra le due imprese, che costituisce un incentivo all'innovazione. In seguito alla concentrazione, si ridurrebbe quindi l'incentivo all'innovazione.



*Articolo 2*

È destinataria della presente decisione:

Zellulosefaser Beteiligungs-Gesellschaft mbH  
Schillerstraße 1  
A-4020 Linz

Fatto a Bruxelles, il 17 ottobre 2001.

*Per la Commissione*  
Mario MONTI  
*Membro della Commissione*

---

## DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 23 luglio 2003

che dichiara una concentrazione compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE

(Caso COMP/M.2972 — DSM/Roche Vitamins)

[notificata con il numero C(2003) 2648]

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

(Testo rilevante ai fini del SEE)

(2004/238/CE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

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

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

vista la decisione della Commissione, del 19 maggio 2003, di avviare la procedura nel caso di specie,

sentito il parere del comitato consultivo in materia di concentrazioni <sup>(3)</sup>,vista la relazione finale del consigliere-auditore relativa al caso di specie <sup>(4)</sup>,

CONSIDERANDO QUANTO SEGUE:

## I. INTRODUZIONE

- (1) Il 31 marzo 2003 è pervenuta alla Commissione la notifica, a norma dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 («regolamento sulle concentrazioni»), di un progetto di concentrazione con il quale l'impresa DSM NV («DSM») acquisirebbe il pieno controllo, ai sensi dell'articolo 3 del regolamento sulle concentrazioni, della divisione vitamine e prodotti di chimica fine di Roche («RV&FC») tramite l'acquisto di partecipazioni nel capitale e di elementi del patrimonio.
- (2) Dopo avere esaminato la notifica e una serie di impegni presentati da DSM il 25 aprile 2003, modificati il 13 maggio 2003, il 19 maggio 2003 la Commissione

è giunta alla conclusione che l'operazione notificata rientrava nel campo di applicazione del regolamento sulle concentrazioni e faceva emergere seri dubbi riguardo alla sua compatibilità con il mercato comune e con l'accordo SEE. La Commissione, pertanto, ha deciso di avviare il procedimento a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni.

- (3) Il 27 giugno 2003 DSM ha presentato una nuova serie di impegni.
- (4) Il 9 luglio 2003 DSM ha presentato gli impegni definitivi.
- (5) Il 18 luglio 2003 il comitato consultivo ha discusso il progetto della presente decisione.
- (6) La presente decisione è adottata a norma dell'articolo 10, paragrafo 2, del regolamento sulle concentrazioni. Detto articolo stabilisce che le decisioni adottate a norma dell'articolo 8, paragrafo 2, debbono intervenire non appena risultino eliminati i seri dubbi di cui all'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), in particolare laddove le parti abbiano presentato i loro impegni. I nuovi impegni presentati dalle parti eliminano i seri dubbi relativi alla compatibilità dell'operazione di concentrazione con il mercato comune. A norma dell'articolo 8, paragrafo 2, e dell'articolo 10, paragrafo 2, può dunque essere adottata una decisione condizionale che autorizza l'operazione.

## II. LE PARTI

- (7) DSM è una società per azioni costituita nei Paesi Bassi, con sede a Heerlen. DSM ha società controllate in Europa, negli Stati Uniti e in altre regioni del mondo ed è attiva nello sviluppo e nella produzione di una vasta gamma di prodotti chimici e biotecnologici, fra cui enzimi per mangimi, performance materials nonché polimeri e prodotti chimici per uso industriale.
- (8) Roche Holding è la capogruppo del gruppo Roche, costituito da tre divisioni: prodotti farmaceutici, diagnostica e vitamine e prodotti di chimica fine. Quest'ultima divisione (RV&FC) è oggetto dell'operazione notificata.

<sup>(1)</sup> GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1; versione rettificata GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13.

<sup>(2)</sup> GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1.

<sup>(3)</sup> GU C 69 del 19.3.2004.

<sup>(4)</sup> GU C 69 del 19.3.2004.

- (9) RV&FC è principalmente attiva nella produzione e nella vendita di vitamine e carotenoidi, nonché nella produzione e nella fornitura di acido citrico, premiscele, ingredienti di prodotti cosmetici e acidi grassi polinsaturi («AGPI»). In ognuno dei suddetti campi RV&FC è impegnata in attività di ricerca e sviluppo. RV&FC, inoltre, distribuisce ma non produce enzimi per mangimi (altro settore in cui svolge attività di ricerca e sviluppo), oltre a particolari vitamine e amminoacidi.

### III. L'OPERAZIONE

- (10) L'operazione riguarda l'acquisizione da parte di DSM del controllo esclusivo di RV&FC in virtù di un accordo di acquisto di partecipazioni nel capitale e di elementi del patrimonio concluso il 10 febbraio 2003.

### IV. CONCENTRAZIONE

- (11) L'operazione proposta costituisce pertanto una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni.

### V. DIMENSIONE COMUNITARIA

- (12) Il fatturato mondiale aggregato combinato delle imprese interessate è superiore a 5 miliardi di EUR<sup>(?)</sup> (DSM: 5606 milioni di EUR; RV&FC [...]\*) (EUR). Le imprese realizzano ciascuna un fatturato aggregato su scala comunitaria superiore a 250 milioni di EUR (DSM: [...]\*) di EUR; RV&FC [...]\*) di EUR) ma non realizzano più di due terzi del loro fatturato comunitario aggregato in un solo e medesimo Stato membro. L'operazione notificata è pertanto di dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento sulle concentrazioni.

### VI. MERCATI RILEVANTI

- (13) La parte notificante, DSM, è attiva in una vasta gamma di aree di prodotti. Tuttavia l'operazione proposta determina una concomitanza di quote soltanto nel settore degli additivi utilizzati nella produzione di mangimi e di alcuni additivi utilizzati in prodotti destinati al consumo umano. Fra questi prodotti, sono soltanto due i mercati di riferimento, ambedue relativi agli enzimi alimentari: l'enzima fitasi e gli enzimi di degradazione dei polisaccaridi non amilacei («enzimi di degradazione degli NSP»).

(\*) Alcune parti del presente testo sono state modificate per tutelare informazioni riservate e sono racchiuse fra parentesi quadre e contrassegnate da un asterisco.

(?) Fatturato calcolato a norma dell'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento sulle concentrazioni e della comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato (GU C 66 del 2.3.1998, pag. 25). Poiché le cifre includono il fatturato relativo al periodo antecedente il 1° gennaio 1999, esse sono calcolate in base ai tassi di cambio medio dell'ECU e convertite in EUR secondo il rapporto 1/1.

### Fitasi

#### *Mercato del prodotto rilevante*

- (14) Il fosforo è un minerale di vitale importanza nell'alimentazione animale. Esso svolge un ruolo determinante nel metabolismo e svolge importanti funzioni fisiologiche. Un adeguato apporto di fosforo nell'alimentazione animale è essenziale per la salute del bestiame e per una produzione zootecnica ottimale. Gli animali ricavano il fosforo di cui necessitano dai cereali, dai semi oleosi, da altri materiali vegetali e dai fosfati inorganici. Il fosforo contenuto nelle materie prime vegetali si presenta per oltre due terzi sotto forma di complesso fitato-fosforo. I monogastrici, ad esempio i volatili da cortile e i suini, non dispongono degli enzimi necessari per liberare il fosforo dal fitato. Di conseguenza la maggior parte del fosforo rimane inutilizzata e viene escreta da questi animali, la cui dieta a base di vegetali e cereali deve pertanto essere integrata con un supplemento di fosforo, in maniera tale da mantenere in equilibrio il livello di questo minerale.

- (15) La quantità di fosforo digeribile contenuta nei mangimi può essere incrementata in due modi, ovvero aggiungendo fosfato inorganico oppure fitasi. I fosfati inorganici sono minerali utilizzati sia come fertilizzanti sia come additivi per mangimi. La fitasi è un enzima che degrada il fitato liberando così il fosforo ed è disponibile in forma liquida oppure in forma solida (granulato o polvere).

- (16) La parte notificante ritiene che la fitasi possa sostituire fino al 50 % del fosfato inorganico nei mangimi ma che non possa mai sostituirlo del tutto. La parte notificante indica che tutte le forme di fitasi e di fosfato inorganico appartengono al medesimo mercato del prodotto rilevante, adducendo il fatto che la fitasi può sostituire una significativa quota di fosfato inorganico e che i prezzi sono simili.

- (17) L'indagine di mercato svolta dalla Commissione, tuttavia, non conferma tale asserzione. La maggioranza dei clienti non ritiene che i prodotti siano intercambiabili, principalmente per due motivi. Rispetto ai fosfati inorganici, l'impiego della fitasi determina un risparmio sui costi e inoltre riduce l'inquinamento ambientale.

#### *Riduzione del fosfato inorganico*

- (18) L'impiego della fitasi nei mangimi può produrre una serie di vantaggi. Il primo vantaggio rilevante è quello di rendere più digeribile il fosforo contenuto nei mangimi e dunque di ridurre la quantità di fosfato inorganico necessaria. La fitasi, inoltre, libera amminoacidi e altri nutrienti contenuti nella molecola del fitato.

(19) L'indagine di mercato svolta dalla Commissione ha confermato che l'impiego della fitasi determina una notevole riduzione della quantità di fosfato inorganico utilizzato nei mangimi. Un produttore di mangimi ha calcolato che 150 grammi di fitasi liquida possono sostituire circa 7,5 kg di fosfato inorganico per tonnellata di mangime.

#### Risparmi sui costi

(20) L'indagine della Commissione ha indicato che il fattore discriminante nella scelta del prodotto non è rappresentato dal costo della fitasi quanto piuttosto dai risparmi sui costi che possono essere ricavati addizionandola ai mangimi, risparmi che a loro volta dipendono dai costi relativi della fitasi e del fosfato minerale. In termini di risparmi complessivi, a livello di costi, realizzati nella produzione dei mangimi, l'aggiunta di fitasi è estremamente significativa. Un produttore di mangimi ha calcolato che in uno stabilimento l'utilizzo della fitasi permette di risparmiare 0,36 EUR a tonnellata <sup>(6)</sup>.

(21) I prezzi del DCP dipendono dalla domanda di fertilizzanti e non dalla domanda di mangimi, mentre la domanda di fitasi varia unicamente in funzione della domanda di mangimi.

(22) I prezzi della fitasi hanno continuato a diminuire negli ultimi 10 anni. In base ai dati sull'andamento dei prezzi presentati dalla parte notificante, il prezzo del Natuphos 5000 (la fitasi prodotta dall'alleanza DSM/BASF) era di circa [...] \* EUR al kg nel 1994. Dal 1994 il prezzo è costantemente calato fino a raggiungere [...] \* EUR circa nel 2001 <sup>(7)</sup>. Dall'altro lato i prezzi del fosfato inorganico si sono mantenuti stabili o sono leggermente aumentati. L'indagine di mercato svolta dalla Commissione ha indicato una scarsa correlazione fra i prezzi del DCP e della fitasi.

(23) A riprova del fatto che la fitasi e il fosfato inorganico costituiscono mercati del prodotto rilevanti distinti, la stragrande maggioranza dei clienti ha dichiarato che non cesserebbe di acquistare la fitasi rimpiazzandola con i fosfati inorganici a fronte di un rialzo dei prezzi pari al

5-10 %. Numerosi clienti hanno indicato che cesserebbero di acquistare la fitasi soltanto se il prezzo aumentasse del 25-50 %. Diversi clienti hanno ammesso che non acquisterebbero più la fitasi soltanto nel caso di un aumento di prezzo del 100-300 %.

#### Miglioramento del valore nutrizionale

(24) L'impiego della fitasi nei mangimi offre, fra i principali vantaggi, quello di ridurre la quantità di materiale da aggiungere alle materie prime vegetali per comporre una dieta adeguata e di aumentare così la quantità di materie prime vegetali incorporata nel mangime, di cui aumenta il valore nutrizionale. Attingendo all'esempio illustrato nel considerando 19, l'aggiunta di 150 grammi di fitasi liquida per tonnellata di mangime può sostituire circa 7,5 kg di fosfato inorganico. Sarebbe dunque possibile incorporare nel mangime 7,35 kg di materia vegetale aggiuntiva in modo da aumentare il valore nutrizionale dell'alimento. Anche un maggiore valore nutrizionale del mangime concorre al risparmio sui costi.

#### Gestione

(25) L'indagine di mercato svolta dalla Commissione ha inoltre confermato che la fitasi e il fosfato inorganico presentano notevoli differenze in termini di volume, peso e gestione. La fitasi è generalmente venduta in quantitativi inferiori, ad esempio sacchi o fusti da 25 kg e deve essere utilizzata in piccole quantità, nell'ordine di pochi grammi per tonnellata di mangime. Il fosfato inorganico è fornito a tonnellate, immagazzinato in sili e distribuito in grandi quantità mediante appositi macchinari. La facilità di gestione della fitasi è un ulteriore fattore che concorre al risparmio sui costi.

#### Vantaggi ambientali/norme che regolano l'impiego dei fosfati nel terreno

(26) Un altro importante vantaggio che deriva dall'impiego della fitasi nei mangimi è la riduzione della quantità di fosfato escreta nelle feci degli animali. Anche se l'attività microbica nel terreno rilascia fosfati che possono produrre un benefico effetto fertilizzante, una eccessiva presenza di fosfati può inquinare il suolo e le falde acquifere. L'impiego della fitasi riduce l'impatto ambientale dannoso dei fosfati contenuti negli escrementi degli animali nelle regioni ad allevamento intensivo. In base all'indagine di mercato svolta dalla Commissione, alcuni studi hanno rilevato che ottimizzare l'apporto e la digestione dei fosfati tramite l'utilizzo di fitasi riduce l'escrezione del fosforo del 30 % circa.

<sup>(6)</sup> In tale stima il costo totale della materia prima del mangime per tonnellata è di 159,38 EUR. Si osservi che la materia prima che compone i mangimi rappresenta il 90 % del peso ed è il principale fattore di costo. I risparmi ottenibili sul costo delle materie prime sono praticamente nulli, in quanto tali materie prime costituiscono prodotti di base. Pertanto qualsiasi risparmio ottenuto sui costi residui è di primaria importanza per un settore che opera con volumi elevati e margini assai ridotti (in genere del 3-4 %).

<sup>(7)</sup> Prezzi della fitasi nel mercato europeo, forniti dalla parte notificante, calcolati con riferimento al prodotto standard (Natuphos 5000) contenente 5 000 unità per grammo. Modello CO pagg. 70-71.

(27) Le serie preoccupazioni ambientali poste dal rischio di un eccessivo contenuto di fosfati negli escrementi degli animali hanno indotto alcuni Stati membri (ad esempio Francia, Paesi Bassi, Belgio e Germania) e alcune regioni a varare leggi che limitano la quantità di fosfati da applicare al terreno<sup>(8)</sup>. Si tratta delle aree geografiche che praticano l'allevamento più intensivo d'Europa.

(28) L'indagine della Commissione ha inoltre indicato che, dati i vincoli imposti dalla normativa vigente in alcune regioni del SEE, ad esempio la Germania, per quanto riguarda i livelli di fosfati contenuti nei mangimi, l'unica alternativa all'utilizzo della fitasi nei mangimi al fine di ridurre la quantità di fosforo consiste nel ridurre la densità animale.

#### *Fitasi in forma liquida e solida*

(29) La Commissione ha inoltre cercato di stabilire se il mercato dovesse essere ulteriormente segmentato in due mercati distinti, uno relativo alla fitasi in forma liquida e l'altro relativo alla fitasi in forma solida. Come rivelato dall'indagine di mercato, i clienti ritengono che la fitasi in forma liquida e quella in forma solida siano sostituibili sul piano funzionale. Sul versante dell'offerta si osserva la totale sostituibilità fra le due forme del prodotto, in quanto la fitasi solida è ottenuta dalla fitasi liquida. Sebbene la fitasi liquida sia utilizzata più in generale laddove il processo di pellettatura si svolge ad una temperatura più elevata (> 70 °C), l'indagine della Commissione ha indicato che, con alcuni correttivi apportati dal produttore di mangimi, ambedue i prodotti potrebbero essere utilizzati per diversi tipi di mangimi. L'indagine di mercato ha inoltre indicato che la fitasi liquida e la fitasi solida sono assimilabili in termini di prezzo per via di un principio attivo equivalente. In

base a tale presupposto, la Commissione ritiene che non sia necessario operare una distinzione fra le due forme di fitasi.

#### *Conclusioni*

(30) L'indagine di mercato ha dimostrato che, per le ragioni esposte in appresso, la fitasi non è un sostituto del fosfato inorganico:

a) la fitasi permette di contenere i costi, in quanto riduce le quantità aggiuntive di fosfato inorganico che devono essere addizionate al mangime, migliora il valore nutrizionale dell'alimento ed è di più facile gestione;

b) l'impiego della fitasi in luogo del fosfato inorganico limita l'escrezione del fosforo nel terreno e dunque permette agli allevatori, sottoposti a rigidi vincoli ambientali, di mantenere invariata o di incrementare la densità animale;

c) una netta maggioranza di clienti ha dichiarato che non cesserebbe di acquistare la fitasi anche qualora il prezzo dovesse raddoppiare o triplicare.

(31) Alla luce di quanto precede, la Commissione conclude che la fitasi costituisce un mercato del prodotto rilevante distinto.

#### *Mercato geografico rilevante*

(32) La parte notificante osserva che, per quanto riguarda l'enzima fitasi, il mercato geografico rilevante comprende almeno il SEE, in ragione del fatto che la sua produzione di fitasi è concentrata in due stabilimenti: uno a Seclin, in Francia e l'altro (produzione esternalizzata) a Kingstree (USA). La fitasi è venduta da questi due stabilimenti in oltre 70 paesi attraverso la rete mondiale BASF. La parte notificante osserva inoltre che la produzione di Novozymes è concentrata a Kalundborg, in Danimarca, e a Franklington, nella Carolina del sud (USA), mentre la commercializzazione è affidata, fra l'altro, a RV&FC in tutto il mondo. Le parti sostengono inoltre che non esistono sostanziali differenze di prezzo fra il prodotto venduto da BASF e quello venduto da RV&FC nel SEE. La parte notificante indica che non esistono significativi ostacoli al commercio e che i costi di trasporto rappresentano una percentuale modesta del costo di vendita. Secondo l'esempio del Natuphos 5000G, il prezzo praticato nel 2003 nell'Europa occidentale variava da [...] \* EUR al kg in Austria a [...] \* EUR al kg in Grecia ma nella maggioranza degli Stati membri variava in misura irrilevante fra [...] \* EUR e [...] \* EUR al kg (in particolare nei paesi situati ai confini marittimi nordoccidentali dell'Europa).

<sup>(8)</sup> Francia: Circulaire du 23 janvier 1996 relative à l'utilisation de nouvelles références de rejet des élevages de porcs; Arrêté du 29 février 1992 fixant les règles techniques auxquelles doivent satisfaire les élevages de vaches laitières et (ou) mixtes soumis à autorisation au titre de la protection de l'environnement (modifié par les arrêtés du 29 mars 1995 et du 1<sup>er</sup> juillet 1999); Arrêté du 13 juin 1994 fixant les règles techniques auxquelles doivent satisfaire les élevages de volailles et (ou) de gibiers à plumes soumis à autorisation au titre de la protection de l'environnement (modifié par arrêté du 1<sup>er</sup> juillet 1999) (JO du 23 décembre 1994); Loi n° 76-663 du 19 juillet 1976 relative aux installations classées pour la protection de l'environnement; Décret n° 77-1133 du 21 septembre 1977 — Décret pris pour l'application de la loi n° 76-663 du 19 juillet 1976 relative aux installations classées pour la protection de l'environnement;

Belgio: Convenant betreffende de vaststelling van maximumgehalten aan totaal fosfor in volledige voeders voor varkens en kippen die aangeduid zijn als «laag-fosfor-voeder»; Ondertekenaars van het convenant «laag-fosfor-voeder» voor varkens;

Germania: Verordnung zur Umsetzung der Richtlinie 80/68/EWG des Rates vom 17. Dezember 1979 über den Schutz des Grundwassers gegen Verschmutzung durch bestimmte gefährliche Stoffe (18. März 1997); Düngemittelgesetz (15. November 1977); Verordnung über die Grundsätze der guten fachlichen Praxis beim Düngen (26. Januar 1996); Gesetz zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Sicherung der umweltverträglichen Beseitigung von Abfällen (27. September 1994);

Paesi Bassi: Wet Milieubeheer; Besluit milieueffecten-rapportage; Besluit milieueverslaglegging; Inrichtingen- en vergunningsbesluit milieubeheer.

(33) La stragrande maggioranza delle risposte fornite da clienti e concorrenti nell'ambito dell'indagine di mercato svolta dalla Commissione ha indicato che il mercato della fitasi coincide con il SEE. L'indagine di mercato ha rivelato che gli enzimi per mangimi (ovvero enzimi di degradazione degli NSP e fitasi) sono venduti per lo più nelle aree ai confini marittimi nordoccidentali dell'Europa, ovvero nelle regioni a maggiore densità di bestiame. L'indagine della Commissione ha indicato che esistono intensi scambi commerciali transfrontalieri all'interno del SEE ma che i clienti non acquistano la fitasi da regioni esterne al SEE. Alcuni intervistati hanno spiegato che non sarebbero disposti ad acquistare fitasi da un distributore esterno al SEE per via del diverso regime normativo esistente all'esterno del SEE. Dall'altro lato, sul versante della produzione, parte della fitasi prodotta da Fermpro, azienda statunitense che produce fitasi per conto di DSM, è trasportata da DSM in Germania per essere sottoposta a granulazione. In base a tale presupposto, per il momento la Commissione ritiene che il mercato geografico rilevante comprenda almeno il SEE a livello di produzione e coincida con il SEE a livello di distribuzione.

### Enzimi di degradazione degli NSP

#### *Definizione del mercato del prodotto rilevante*

(34) Gli NSP sono componenti importanti di tutto il materiale vegetale. Essi sono naturalmente presenti nella parete cellulare e sono necessari all'integrità strutturale delle cellule. Consumando il materiale vegetale (ad esempio cereali e fonti proteiche vegetali) utilizzato nei mangimi composti, gli animali ingeriscono NSP. I volatili da cortile e i suini non possiedono nel loro apparato digerente gli enzimi endogeni necessari per degradare gli NSP. Incorporando gli enzimi di degradazione degli NSP nei mangimi destinati a queste specie animali, si aumenta la biodisponibilità e la digeribilità dei nutrienti contenuti nell'alimento. Di conseguenza la resa del mangime migliora, in quanto gli animali utilizzano più efficacemente i nutrienti in esso contenuti. In minor misura, gli enzimi di degradazione degli NSP possono contribuire a ridurre l'inquinamento ambientale (ad esempio, escrezione di azoto).

(35) Esistono vari tipi di enzimi di degradazione degli NSP. I principali sono la xilanasi e la beta-glucanasi. Gli altri enzimi di degradazione degli NSP sono sostanzialmente marginali. Ciascuno di tali enzimi è attivo su un particolare substrato<sup>(9)</sup>. I prodotti composti da enzimi di degradazione degli NSP contengono uno (monocomponente) o più (multicomponente) di questi principi attivi. I prodotti multicomponente possono essere prodotti con un unico microrganismo oppure miscelando enzimi prodotti da diversi microrganismi. La parte notificante ritiene che non vi sia motivo di distinguere fra prodotti

monocomponente e prodotti multicomponente o di operare una distinzione in base al metodo di produzione. Ai clienti interessano soltanto le caratteristiche dell'enzima e il costo del prodotto finito. Molti di loro non conoscono il metodo di produzione degli enzimi che acquistano.

(36) La parte notificante aggiunge che non dovrebbe essere operata alcuna distinzione fra la forma liquida e la forma solida degli enzimi di degradazione degli NSP, in quanto gli enzimi di degradazione esistenti sono per la maggior parte prodotti in entrambe le forme. La scelta dei clienti è dettata dal tipo di procedimento e dall'attrezzatura da loro utilizzati nella produzione dei mangimi.

(37) La parte notificante sostiene che non dovrebbe essere operata alcuna distinzione fra i tipi di cereali cui gli enzimi di degradazione degli NSP sono associati o fra le specie animali alimentate con mangimi contenenti tali additivi. A sostegno di tale argomentazione, la parte notificante indica che, poiché nella maggioranza dei casi la dieta dei monogastrici è a base di frumento, gli enzimi di degradazione degli NSP includono principalmente la xilanasi, l'enzima più indicato come integratore del frumento. Alcune diete associano l'orzo al frumento ma meno del 10 % delle diete a base di cereali contiene più del 30 % di orzo<sup>(10)</sup>. In queste diete si consiglia di aggiungere alla xilanasi la beta-glucanasi per ottimizzare l'efficacia. Alcuni clienti preferiscono tuttavia attenersi ad una dieta a base di frumento, opportunamente integrata con additivi, anziché optare per una dieta mista a base di orzo e frumento. Gli enzimi xilanasi sono dunque gli enzimi supplementari predominanti e possono essere utilizzati per tutte le diete a base di cereali. La xilanasi subisce la concorrenza di altri enzimi indicati per particolari tipi di diete. La parte notificante sostiene che ciò non è un motivo sufficiente per definire mercati del prodotto distinti. Essa sostiene inoltre che, poiché nella maggioranza dei casi gli enzimi di degradazione degli NSP non sono concepiti specificamente per alcune specie, è inopportuno operare una distinzione in base alle specie animali.

(38) In base a tale presupposto, la parte notificante sostiene che tutti gli enzimi di degradazione degli NSP costituiscono un unico mercato del prodotto rilevante.

#### *Diversi tipi di diete*

(39) La composizione della dieta varia a seconda dei prezzi relativi del frumento e dell'orzo. Mentre tale confronto è quasi sempre a favore del frumento e dunque le diete sono composte unicamente da questo cereale, talvolta e in alcune regioni i prezzi dell'orzo sono sufficientemente allettanti per indurre ad aggiungere l'orzo al frumento. Nel 90 % delle diete, la percentuale di orzo è inferiore al 30 %.

<sup>(9)</sup> Un substrato è un polisaccaride presente nei cereali. Ciascun enzima di degradazione degli NSP degrada uno di questi substrati, ad esempio la xilanasi degrada gli arabinoxilani.

<sup>(10)</sup> Secondo la parte notificante, in presenza di determinate condizioni del mercato i nutrizionisti possono scegliere di aggiungere l'orzo nelle diete a base di frumento. Tali condizioni dipendono principalmente dai costi relativi di entrambi i cereali e si verificano soltanto occasionalmente.

- (40) Le risposte fornite dai clienti nella prima fase dell'indagine di mercato svolta dalla Commissione sono unanimi nel sostenere che gli enzimi devono essere distinti in base al tipo di cereale a cui sono associati. L'indagine di mercato ha indicato che la risposta dei vari cereali varia a seconda dell'enzima, in quanto la xilanasi ha uno scarso effetto sull'orzo e la beta-glucanasi ha uno scarso effetto sul frumento. I fornitori di enzimi di degradazione degli NSP hanno quasi tutti indicato che i loro prodotti sono mirati ad un particolare tipo di cereale o a particolari combinazioni di cereali, in particolare «frumento», «orzo» o «frumento e orzo»<sup>(1)</sup>. È dunque emerso che la definizione del mercato del prodotto proposta dalla parte notificante potrebbe non tenere conto di questa differenziazione fra i prodotti.
- (41) Tuttavia la seconda fase dell'indagine ha rivelato che i clienti seguono diverse strategie di acquisto degli enzimi di degradazione degli NSP. Mentre alcuni clienti ricercano prodotti che possano essere efficacemente incorporati in tutte le diete, ovvero che riuniscano xilanasi e beta-glucanasi, altri preferirebbero utilizzare essenzialmente prodotti a base di sola xilanasi e aggiungere la beta-glucanasi quando la percentuale di orzo o di cereali analoghi nelle diete diventa significativa. Mentre i principali vantaggi associati alla prima strategia sono la facilità di gestione del prodotto e la quantità minima di scorte necessaria, la seconda strategia appare più efficace sul piano dei costi ma richiede un maggiore know-how nutrizionale e maggiori attrezzature di movimentazione e stoccaggio. Ad ogni modo nessuna strategia offre significativi vantaggi rispetto all'altra ed entrambe sono ugualmente rappresentate fra i clienti.
- (42) La seconda fase dell'indagine di mercato ha inoltre indicato che produttori e distributori stanno seguendo diversi tipi di strategie per quanto riguarda il loro portafoglio di enzimi di degradazione degli NSP. Alcuni puntano ad un unico prodotto da utilizzare in tutte le diete, altri sviluppano soltanto prodotti puri specifici per ciascun tipo di substrato e una terza categoria attua una sorta di strategia «intermedia» proponendo varie combinazioni di enzimi a seconda della percentuale di orzo contenuta nelle diete.
- (43) Pertanto nello scegliere gli enzimi di degradazione degli NSP, il cliente adotterà una strategia di acquisto improntata al prezzo e all'efficacia di una gamma di prodotti che includerà xilanasi pura, beta-glucanasi pura e combinazioni di entrambi gli enzimi. Non può essere operata una distinzione netta fra i prodotti rientranti in tale gamma e non è possibile individuare nessuna strategia di acquisto predominante. Si osserva inoltre una forte correlazione fra i prezzi dei vari prodotti<sup>(2)</sup> attualmente in commercio, ad eccezione di particolari prodotti che erano stati progressivamente eliminati dal mercato. Si conclude pertanto che gli enzimi di degradazione degli NSP non dovrebbero essere distinti in base al tipo di dieta cui sono associati.

#### *Vari tipi di specie animali*

- (44) La prima fase dell'indagine di mercato indica inoltre che gli enzimi di degradazione degli NSP potrebbero essere distinti in base alle specie animali a cui sono destinate. L'indagine ha indicato, ad esempio, che le diete a base di frumento dei volatili da cortile e dei suini reagiscono meglio alla xilanasi ma che la dose necessaria per ottenere il migliore rendimento economico varia da una specie all'altra. Il principale fornitore di enzimi di degradazione degli NSP, Danisco Animal Nutrition («Danisco») ha tre linee di prodotti, dedicate rispettivamente ai «volatili da cortile», ai «suini» ed ai «suini e volatili da cortile». Inoltre alcuni prodotti sono registrati unicamente per determinate specie animali. Ad esempio il prodotto «Natuphos» di DSM/BASF è registrato soltanto per i broiler, le ovaiole e i tacchini. Sebbene, nella maggioranza dei casi, i prodotti possano essere utilizzati per tutti i monogastrici e dunque non sia possibile associarli ad una determinata specie animale, la definizione del mercato del prodotto proposta dalla parte notificante non tiene conto di tale differenziazione fra i prodotti. Di conseguenza si potrebbero prendere in considerazione definizioni alternative del mercato del prodotto basate sulle specie animali.
- (45) Tuttavia la seconda fase dell'indagine di mercato ha indicato che, sebbene gli enzimi di degradazione degli NSP abbiano una diversa efficacia sulle varie specie animali, si osserva una notevole omogeneità fra i prodotti disponibili per ciascuna specie e i principali prodotti sono per la maggior parte registrati per tutte le specie animali, in forme simili o lievemente adattate. Sulla base di tale presupposto si conclude che gli enzimi di degradazione degli NSP non dovrebbero essere differenziati in base alle specie animali.

#### *Altre caratteristiche*

- (46) Numerose risposte fornite nell'ambito della prima fase dell'indagine svolta dalla Commissione segnalano che sarebbe opportuno operare una distinzione fra prodotti monocomponente e prodotti multicomponente. Tuttavia la seconda fase dell'indagine ha confermato che gli enzimi di degradazione degli NSP mono e multicomponente sono prodotti fra loro concorrenti e non possono essere separati in mercati del prodotto rilevanti distinti.
- (47) Sul versante dell'offerta esiste una totale sostituibilità fra enzimi di degradazione degli NSP in forma liquida e enzimi di degradazione in forma solida, in quanto il prodotto in forma solida è ottenuto da quello in forma liquida. Nessuna delle due forme offre alcun vantaggio sul piano dei costi e la scelta del cliente è dettata dal procedimento di lavorazione del mangime e dall'attrezzatura utilizzata. Pertanto gli enzimi di degradazione degli NSP in forma liquida e in forma solida dovrebbero essere considerati come appartenenti al medesimo mercato del prodotto.

<sup>(1)</sup> Le diete a base di solo orzo non esistono. I prodotti indicati per l'orzo vanno aggiunti agli enzimi adatti al frumento nelle diete combinate a base di frumento e orzo.

<sup>(2)</sup> La correlazione fra i prezzi è stata individuata confrontando serie di dati sui prezzi e sui volumi di vendita relativi agli ultimi cinque anni.

(48) Infine la stabilità al calore è stata ripetutamente citata come una caratteristica importante degli enzimi di degradazione degli NSP. Tuttavia i prodotti attualmente in commercio presentano per la maggior parte un'analoga stabilità al calore e dunque non dovrebbero essere differenziati in base a tale proprietà.

(49) Alla luce di quanto precede, si può concludere che tutti gli enzimi di degradazione degli NSP dovrebbero essere considerati come appartenenti ad un unico e medesimo mercato del prodotto.

#### *Definizione del mercato geografico*

(50) La parte notificante sostiene che il mercato geografico degli enzimi di degradazione degli NSP comprende almeno il SEE, adducendo il fatto che tutti i principali fornitori di questi enzimi svolgono le rispettive attività di produzione di enzimi attraverso un ristretto numero di impianti da cui distribuiscono i loro prodotti in tutto il SEE. La parte notificante osserva che i mercati SEE e USA non sono omogenei. L'impiego degli enzimi di degradazione degli NSP è legato all'utilizzo di determinati tipi di materie prime. In Europa le diete degli animali sono spesso a base di frumento, mentre negli USA sono prevalentemente a base di granturco, che può richiedere altri tipi di enzimi di degradazione. L'indagine di mercato ha confermato la posizione espressa dalla parte notificante. Per il momento, dunque, la Commissione ritiene che il mercato geografico degli enzimi di degradazione degli NSP corrisponda probabilmente al SEE a livello di distribuzione e comprenda almeno il SEE a livello di produzione.

### VII. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA

#### **Accordi**

##### *L'accordo di cooperazione fra DSM e BASF*

(51) Nel 1994 DSM ha concluso accordi di esclusiva di portata mondiale con BASF per lo sviluppo, la produzione, la commercializzazione, la vendita e la distribuzione di enzimi alimentari (enzimi di degradazione degli NSP e fitasi). La principale di queste intese consiste in un accordo di cooperazione e in un accordo di sviluppo congiunto. In base agli accordi sottoscritti, DSM si occupa della produzione e delle principali attività di ricerca e sviluppo, mentre la vendita e la distribuzione sono riservate a BASF. Tutti i costi e gli utili sono condivisi al 50 % e le attività delle parti relativamente agli obiettivi degli accordi sono coordinate congiuntamente da un comitato direttivo composto da due rappresentanti di ciascuna delle parti.

(52) Gli accordi hanno carattere esclusivo in quanto DSM ha l'obbligo di fornire in esclusiva a BASF gli enzimi alimentari oggetto degli accordi, mentre BASF ha l'obbligo di acquistare gli enzimi da DSM. Secondo la parte

notificante la decisione ultima sui prezzi spetta a BASF. Tuttavia gli accordi permettono alle parti contraenti di esaminare ognuna i conti dell'altra e di discutere piani annui dettagliati che includano questioni quali la fissazione dei prezzi, i costi e i volumi di produzione nell'ambito dell'alleanza.

(53) L'accordo di cooperazione stabilisce che i risultati del lavoro di ricerca devono diventare di proprietà esclusiva della parte che svolge la ricerca. La parte esecutrice ha l'obbligo di concedere gratuitamente una licenza per l'uso, la produzione e la vendita di detti risultati su richiesta dell'altra parte. Tali accordi sono stati conclusi per un periodo di 15 anni e giungeranno a scadenza nel 2009.

(54) In conclusione, BASF dipende da DSM per quanto riguarda le sue attività nel settore degli enzimi alimentari.

##### *L'alleanza fra RV&FC e Novozymes*

(55) Nel 1996 RV&FC ha concluso un accordo non esclusivo con Novozymes, un produttore di enzimi industriali, per la distribuzione di enzimi già in produzione e lo sviluppo di nuovi enzimi alimentari. L'accordo è stato completato da un nuovo accordo concluso nel 2001 in base al quale Novozymes si occupa principalmente di ricerca sui processi, sviluppo dei prodotti e produzione. A RV&FC sono riservate le attività di applicazione dei nuovi prodotti (sostanzialmente le modalità di utilizzo del prodotto), registrazione, commercializzazione e vendita.

(56) In base alle intese fra Novozymes e RV&FC, i costi e gli utili sono ripartiti secondo la formula [...]\*. A RV&FC spetta il [...]\*. I prezzi sono fissati da RV&FC, mentre Novozymes non ha alcuna influenza sulle decisioni in materia di prezzi. Tali accordi scadranno nel [...]\*.

(57) Novozymes dipende in misura assai rilevante da RV&FC per quanto riguarda la commercializzazione, la vendita e la distribuzione dei suoi enzimi alimentari ma anche il know-how in materia di alimentazione animale, la conoscenza del mercato e i rapporti con la clientela.

(58) Per quanto riguarda la distribuzione, tali accordi concedono a RV&FC [...]\* i diritti di distribuzione degli enzimi alimentari di Novozymes fuori dal SEE ma non all'interno del SEE. [...]\* Lohmann Animal Health («Lohmann») è un'altra azienda che distribuisce i prodotti Novozymes con marchio proprio nel SEE. L'area di vendita di Lohmann è limitata alla Francia, all'Austria, alla Germania, al Portogallo e alla Spagna. Le vendite realizzate da questa impresa sono soltanto un quarto di quelle realizzate da RV&FC nel SEE. L'impresa, inoltre, non vende i prodotti Novozymes all'esterno del SEE. Inoltre quello concluso fra Novozymes e Lohmann è soltanto un accordo di distribuzione e dunque non contempla attività di ricerca e sviluppo.



(59) Occorre osservare che gli accordi DSM/BASF e Novozymes/RV&FC riguardano tanto la fitasi quanto gli enzimi di degradazione degli NSP. Questi due accordi rendono Novozymes e BASF fortemente dipendenti dai rispettivi partner per quanto riguarda le loro attività di produzione di enzimi alimentari. Inoltre i meccanismi che presiedono alla ripartizione degli utili e all'attività di ricerca determinano una notevole integrazione economica.

(60) A seguito dell'operazione di concentrazione fra DSM e RV&FC, sarà creato un legame strutturale fra l'alleanza DSM/BASF e l'alleanza RV&FC/Novozymes che determinerà una concomitanza di quote a livello di produzione e di distribuzione.

### Fitasi

(61) Storicamente il mercato della fitasi ha visto contrapporsi l'alleanza RV&FC/Novozymes da un lato e l'alleanza DSM/BASF dall'altro lato. Secondo la parte notificante, a livello di produzione Novozymes e DSM detengono quote di mercato rispettivamente pari al [30-40]\* % e [60-70]\* % <sup>(13)</sup>. L'unico altro produttore di fitasi attualmente attivo nel SEE è AB Enzymes, che nel 2002 deteneva una quota di appena il [0-10]\* % della produzione totale SEE.

(62) A livello di distribuzione BASF, il distributore esclusivo di DSM, rappresentava il [60-70]\* % delle vendite registrate nel SEE nel 2002, mentre RV&FC rappresentava il [20-30]\* % del mercato. Tale quota di mercato è inferiore alla quota di produzione di Novozymes, in quanto Lohmann distribuisce la fitasi prodotta da Novozymes in alcuni paesi e rappresentava il [0-10]\* % del mercato. AB Enzymes deteneva il [0-10]\* % del mercato della distribuzione e una pari quota della produzione. In seguito alla creazione di un legame strutturale fra l'alleanza DSM/BASF e l'alleanza RV&FC/Novozymes, l'operazione proposta determinerà una quota di mercato combinata, dopo l'operazione, pari al [90-100]\* % della produzione e al [80-90]\* % delle vendite di fitasi nel SEE, in base alle cifre del 2002.

(63) Le posizioni detenute da DSM, Novozymes, BASF e Roche saranno difficilmente scalzate da AB Enzymes <sup>(14)</sup>. L'indagine di mercato ha rivelato che tanto i clienti quanto i concorrenti considerano la fitasi di AB Enzymes un prodotto di qualità inferiore. In particolare il prodotto di AB Enzymes non offre un sufficiente

grado di stabilità al calore e ha ottenuto l'approvazione normativa comunitaria soltanto per un ristretto numero di specie <sup>(15)</sup>. Anche qualora AB Enzymes dovesse estendere le vendite ad altre specie, il che sarebbe possibile soltanto previo ottenimento dell'autorizzazione comunitaria (per la quale non è prevista alcuna data), è improbabile che la percentuale complessiva delle sue vendite abbia un'incidenza significativa sulla posizione concorrenziale di DSM, Novozymes, BASF e RV&FC.

(64) Oltre a AB Enzymes, la concorrenza potrebbe teoricamente provenire da nuovi operatori. Danisco ha recentemente ottenuto l'autorizzazione della Federal Drug Administration statunitense in relazione ad un nuovo prodotto, Phyzyme XP (fitasi). Tuttavia tale prodotto non otterrà l'autorizzazione comunitaria prima del 2005 e quindi Danisco non entrerà nel mercato SEE con il Phyzyme XP per almeno i prossimi due anni. L'indagine di mercato ha inoltre rivelato che alcune società stanno sviluppando la fitasi mediante espressione nelle piante. In particolare un'azienda è attualmente impegnata in attività di ricerca e sviluppo di nuovi enzimi e nella produzione di tali enzimi nelle piante. Per il momento la produzione di fitasi nelle piante verdi da parte di questa azienda è allo stadio teorico e non si prevede il lancio di un nuovo prodotto nella Comunità prima del 2006. Lo sviluppo di queste piante dipende sia dai progressi tecnici sia dall'esistenza, in ambito comunitario, di un clima normativo propizio alla coltivazione di piante geneticamente modificate. La tecnologia

<sup>(13)</sup> Tutti gli enzimi destinati ad essere impiegati come additivi alimentari seguono una procedura comunitaria di autorizzazione precommercializzazione. Dal 1970 è in vigore un regime comunitario di autorizzazione basato sul principio dell'elenco positivo, secondo il quale possono essere utilizzati soltanto gli additivi presenti nell'elenco. La direttiva 70/524/CEE del Consiglio, del 23 novembre 1970, relativa agli additivi nell'alimentazione degli animali (GU L 270 del 14.12.1970, pag. 1), modificata da ultimo dal regolamento (CE) n. 1756/2002 (GU L 265 del 3.10.2002, pag. 1) contiene l'elenco positivo che include le vitamine da utilizzare come additivi nell'alimentazione degli animali. Nessun additivo può essere immesso in commercio senza l'approvazione della Commissione e degli Stati membri. La valutazione è effettuata dal comitato scientifico per l'alimentazione animale («SCAN») e dagli esperti degli Stati membri. Dopo una prima valutazione effettuata da uno Stato membro relatore, viene presentato un fascicolo alla Commissione e agli altri Stati membri in vista di un'approvazione centralizzata paneuropea. La direttiva 87/153/CEE del Consiglio, del 16 febbraio 1987, che fissa le linee direttrici per la valutazione degli additivi nell'alimentazione degli animali (GU L 208 dell'11.8.1994, pag. 5), modificata da ultimo dalla direttiva 2001/79/CE della Commissione, del 17 settembre 2001, recante modifica della direttiva 87/153/CEE del Consiglio che fissa le linee direttrici per la valutazione degli additivi nell'alimentazione degli animali (GU L 267 del 6.10.2001, pag. 1) indica le linee direttrici applicabili per la valutazione degli additivi nell'alimentazione degli animali. È obbligatoria la registrazione del ceppo usato nella produzione, le specie bersaglio e qualsiasi variazione relativa al ceppo. L'approvazione è obbligatoria anche per gli stabilimenti adibiti alla produzione di fitasi. Attualmente l'approvazione normativa richiede almeno 24-36 mesi. Da metà del 2003 la valutazione della sicurezza scientifica condotta dal comitato scientifico per l'alimentazione animale competerà all'Autorità europea per la sicurezza alimentare («EFSA»), un nuovo organismo comunitario indipendente cui saranno demandate le funzioni di una serie di comitati scientifici precedentemente istituiti dalla Commissione. A medio termine la valutazione scientifica dovrebbe diventare più efficiente grazie all'EFSA ma per i fascicoli oggetto di studi futuri è difficile prevedere l'impatto che la transizione avrà sul nuovo organismo.

<sup>(13)</sup> Tutte le quote di mercato riportate a livello di produzione si riferiscono al SEE. Su un mercato geografico rilevante di maggiori dimensioni le quote non sarebbero sostanzialmente diverse.

<sup>(14)</sup> AB Enzymes ha ottenuto l'approvazione normativa e ha lanciato il prodotto Phyzyme (fitasi) nel SEE nel luglio 2001.

necessaria non raggiungerà lo stadio commerciale per almeno tre o cinque anni. Resta inoltre da stabilire quale sia l'economia della produzione di tali enzimi nelle piante verdi. Un ulteriore ostacolo alla produzione di enzimi alimentari nelle piante verdi in Europa è la moratoria comunitaria di fatto sulle colture geneticamente modificate. La Commissione ritiene pertanto improbabile l'entrata di nuovi operatori nel mercato almeno per un periodo compreso fra due e cinque anni.

zione proposta sollevi serie preoccupazioni riguardo alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante nel mercato della fitasi. Pertanto la Commissione nutre seri dubbi riguardo alla compatibilità dell'operazione proposta con il mercato comune.

### Enzimi di degradazione degli NSP

- (65) La Commissione osserva che l'operazione proposta ha per effetto di porre DSM in una posizione unica per via del suo coinvolgimento in entrambe le alleanze. La Commissione ritiene che, dopo l'operazione di concentrazione, DSM riuscirà e sarà stimolata a indurre un aumento dei prezzi della fitasi e a ridurre l'innovazione e l'attività di ricerca e sviluppo nell'ambito di entrambe le alleanze.
- (66) Trovandosi al centro delle due alleanze, dopo l'operazione DSM sarà nella posizione di indebolire uno dei suoi partner, ovvero Novozymes o BASF, oppure entrambi. Ad esempio DSM sarebbe in grado di perseguire le due seguenti strategie. Nell'ambito dell'alleanza RV&FC/Novozymes, RV&FC determina i prezzi. DSM, tramite il suo legame con RV&FC, avrebbe accesso ai prezzi dell'alleanza RV&FC/Novozymes. DSM sarebbe dunque nella posizione di aumentare il prezzo del prodotto di RV&FC/Novozymes in modo tale da favorire l'alleanza DSM/BASF a scapito di RV&FC/Novozymes. Dall'altro lato DSM potrebbe influenzare ma non determinare i prezzi dell'alleanza DSM/BASF e inoltre svolge attività di ricerca e sviluppo. Dopo l'operazione DSM sarebbe meno stimolata a innovare per il concorrente di RV&FC post-concentrazione, ovvero BASF, qualora decidesse di concentrare i suoi sforzi sull'alleanza RV&FC/Novozymes.
- (67) Come osservato al considerando 22 di cui sopra, i prezzi della fitasi sono in calo dal 1994. Storicamente il panorama concorrenziale ha visto contrapporsi RV&FC/Novozymes da un lato e DSM/BASF dall'altro lato. L'operazione notificata, quindi, elimina la concorrenza che si era precedentemente instaurata fra le due suddette alleanze e che è all'origine del calo dei prezzi. La Commissione ritiene che la combinazione fra queste due alleanze determini imponenti quote di mercato a livello di produzione e di vendita e porrebbe DSM, o le due alleanze dopo la concentrazione, nella posizione di adottare una delle suddette strategie, il che potrebbe provocare una ridotta innovazione e/o un rialzo dei prezzi a scapito dei consumatori.
- Conclusioni in merito alla valutazione del mercato della fitasi sotto il profilo della concorrenza*
- (68) Le posizioni di forza detenute da DSM, Novozymes, BASF e Roche, la notevole interdipendenza fra le parti che compongono le alleanze e l'assenza di un contrappeso concorrenziale credibile a breve-medio termine hanno indotto la Commissione a ritenere che l'operazione proposta sollevi serie preoccupazioni riguardo alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante nel mercato della fitasi. Pertanto la Commissione nutre seri dubbi riguardo alla compatibilità dell'operazione proposta con il mercato comune.
- (69) Oltre agli enzimi di degradazione degli NSP prodotti da Novozymes, RV&FC distribuisce un altro enzima di degradazione degli NSP prodotto dalla canadese Iogen. I principali concorrenti di DSM e Novozymes nella produzione di enzimi di degradazione degli NSP nel SEE sono Danisco e Genencor. Danisco detiene il 42,7 % del capitale azionario di Genencor e distribuisce gli enzimi di degradazione degli NSP prodotti da Genencor. Per le sue attività nel campo degli enzimi di degradazione degli NSP, Danisco dipende in parte da Genencor. Viceversa Genencor dipende in larga misura da Danisco per la distribuzione dei suoi enzimi di degradazione degli NSP, in quanto oltre il 75 % delle sue vendite è realizzato proprio attraverso Danisco. La Commissione ritiene che l'ingente quota di partecipazione detenuta da Danisco in Genencor potrebbe condurre ad un allineamento degli interessi economici delle due imprese. Inoltre le due società sono ampiamente interdipendenti in questo settore. La Commissione ritiene pertanto, ai fini della presente decisione, che le quote di mercato di Genencor e Danisco siano cumulative a livello di produzione.
- (70) Gli enzimi di degradazione degli NSP prodotti da Genencor sono venduti anche da Adisseo, impresa cui Genencor è legata da particolari accordi che tenderanno ad allineare gli stimoli economici delle due imprese. Sembra dunque che Adisseo debba essere considerata parte integrante del raggruppamento Danisco/Genencor in relazione alla produzione di enzimi di degradazione degli NSP di queste aziende.
- (71) In base alla definizione del mercato proposta dalla parte notificante, a livello di produzione le quote di mercato di DSM e Novozymes sono rispettivamente pari al [0-10]\* % e al [20-30]\* %. Il loro maggiore concorrente è Danisco, con una quota di produzione pari al [40-50]\* %, di cui il [0-10]\* % di produzione propria e un ulteriore [30-40]\* % prodotto da Genencor. Questi due gruppi subiscono la concorrenza di produttori minori che detengono quote di mercato inferiori al [0-5]\* %.
- (72) Per quanto riguarda la distribuzione degli enzimi di degradazione degli NSP, Danisco detiene il [30-40]\* % del mercato della distribuzione di tali prodotti nel SEE nel 2002. Adisseo detiene una quota del [0-10]\* %, BASF il [0-10]\* %. I prodotti Novozymes sono distribuiti da Lohmann e RV&FC, che detengono rispettivamente il [0-10]\* % e il [20-30]\* % del mercato. A livello di distribuzione, le parti deterrebbero una quota di mercato del [30-40]\* % (DSM/BASF [0-10]\* % e Novozymes/RV&FC [20-30]\* %) contro il [40-50]\* % di Danisco e Adisseo.

(73) La Commissione ritiene improbabile che sorgano problemi in ordine alla costituzione di una posizione dominante individuale nel mercato degli enzimi di degradazione degli NSP, in quanto Danisco e le imprese ad essa associate deterranno una posizione di maggiore forza a livello tanto di produzione quanto di distribuzione rispetto al gruppo composto da DSM/BASF/RV&FC/Novozymes.

(74) Poiché i due leader di mercato deterranno quote di mercato rispettivamente pari al [40-50]\* % e al [30-40]\* % circa, mentre il terzo maggiore concorrente con una quota di mercato del [0-10]\* % sarà eliminato, è stata esaminata l'eventualità che si configuri una posizione dominante collettiva.

(75) La parte notificante sostiene che una siffatta eventualità è improbabile, in quanto il mercato non è trasparente e i prodotti contenenti enzimi di degradazione degli NSP non sono omogenei. Secondo la parte notificante, i prezzi sono negoziati privatamente con un elevato numero di clienti. Sebbene nel SEE siano pochi i produttori di premiscele, esistono oltre 500 produttori di mangimi composti e di integratori che acquistano enzimi alimentari. Di conseguenza i distributori non conoscono i prezzi dei loro concorrenti ed esercitare un controllo è dunque praticamente impossibile. La parte notificante evidenzia inoltre l'esistenza di un eccesso di capacità produttiva e distributiva che minerebbe eventuali tentativi di coordinamento.

(76) L'indagine di mercato svolta dalla Commissione ha ampiamente confermato che è estremamente difficile controllare i prezzi e le quantità nel mercato degli enzimi di degradazione degli NSP. I prezzi sono negoziati privatamente in media una o due volte l'anno e dunque dalle trattative è possibile ricavare soltanto informazioni generiche. Un distributore di enzimi di degradazione degli NSP ha indicato che «l'unico modo per ottenere informazioni dettagliate sui prezzi di mercato è rivolgersi ai clienti, che forniranno per lo più soltanto un'indicazione di massima e che non sempre sono sinceri, in quanto cercano di spuntare un prezzo migliore». La domanda è frammentata sia orizzontalmente, dato l'elevato numero di produttori di mangimi composti nel SEE, sia verticalmente, in quanto gli enzimi di degradazione degli NSP sono venduti a produttori di premiscele, produttori di mangimi composti e produttori di integratori. Pertanto raccogliere informazioni pertinenti sui quantitativi venduti è assai difficile, se non addirittura impossibile. Una tacita spartizione del mercato in base ai clienti o alle aree geografiche è parimenti impensabile, in quanto la clientela è eterogenea e opera a vari livelli (produttori di premiscele, di mangimi composti e di integratori). Alcuni di questi clienti vendono gli enzimi alimentari a vari livelli su un ampio territorio. Infine le gamme di prodotti variano notevolmente fra i produttori e i distributori, tanto che un dato prodotto di un determinato produttore/distributore non è, in genere, direttamente confrontabile con il prodotto di un altro produttore/distributore

bensì va confrontato con vari prodotti dalle prestazioni simili, ma non identiche, a quelle del prodotto in questione. La Commissione ritiene quindi che l'operazione, nella sua forma attuale, non sollevi preoccupazioni riguardo alla creazione di una posizione dominante collettiva sul mercato degli enzimi di degradazione degli NSP.

(77) Alla luce di quanto sopra, l'operazione di concentrazione proposta non solleverebbe preoccupazioni in ordine alla concorrenza nei mercati degli enzimi di degradazione degli NSP.

#### VIII. IMPEGNI PROPOSTI DALLA PARTE NOTIFICANTE

(78) Il 9 luglio 2003 la parte notificante ha presentato nuovi impegni (in appresso denominati gli «impegni») a norma dell'articolo 8, paragrafo 2, del regolamento sulle concentrazioni, allo scopo di ottenere l'autorizzazione all'operazione. Gli impegni sono esposti nell'allegato alla presente decisione, di cui formano parte integrante.

(79) La Commissione è del parere che gli impegni presentati il 9 luglio 2003 affrontino e risolvano in maniera soddisfacente i problemi di concorrenza sollevati dall'operazione di concentrazione.

#### Riepilogo degli impegni proposti dalla parte notificante

(80) La parte notificante ha proposto di porre fine all'alleanza DSM/BASF nel settore degli enzimi alimentari e di cedere l'attività di produzione di enzimi alimentari di DSM nell'ambito dell'alleanza DSM/BASF (enzima fitasi, enzimi di degradazione degli NSP e  $\alpha$ -amilasi) e si è impegnata a sospendere l'attuazione della concentrazione fra DSM e RV&FC a meno che e fin tanto che le due imprese non concludano un accordo definitivo che ponga fine all'alleanza DSM/BASF nonché accordi definitivi di vendita e di licenza per la vendita dell'attività dismessa e la Commissione non fornisca il proprio assenso in merito ai termini degli accordi e all'acquirente prescelto.

#### *Trasferimento e licenza della tecnologia e della proprietà intellettuale*

(81) La parte notificante si impegna a trasferire e concedere una licenza riguardante tutta la tecnologia e i diritti di proprietà intellettuale inerenti gli enzimi alimentari.

- (82) In primo luogo DSM si impegna a cedere all'acquirente la proprietà di qualsiasi forma di diritti di proprietà intellettuale correlati alla produzione o allo sviluppo di fitasi, di enzimi di degradazione degli NSP e di  $\alpha$ -amilasi, inclusi a titolo esemplificativo brevetti, know-how e marchi commerciali. Tale cessione è subordinata ai diritti di Novozymes derivanti dai rispettivi accordi di licenza conclusi con DSM, nonché una controlicenza concessa a DSM nella misura necessaria per sviluppare, produrre, fare produrre, utilizzare e vendere prodotti non rientranti nel campo degli enzimi alimentari.
- (83) DSM si impegna inoltre a concedere gratuitamente all'acquirente una licenza irrevocabile ed esclusiva relativa alla tecnologia di background<sup>(16)</sup> che consentirà all'acquirente di sviluppare, produrre, fare produrre, utilizzare e vendere fitasi, enzimi di degradazione degli NSP e  $\alpha$ -amilasi. Tale licenza non sarà esclusiva qualora l'acquirente intenda sviluppare, produrre, fare produrre, utilizzare e vendere altri enzimi alimentari.
- (84) Infine DSM si impegna a cedere il materiale biologico, ad esempio ceppi e marcatori, utilizzato nello sviluppo e nella produzione di fitasi, enzimi di degradazione degli NSP e  $\alpha$ -amilasi.

*Cessione o completamento di progetti R&S*

- (85) Per quanto riguarda gli attuali progetti di ricerca e sviluppo in materia di enzimi alimentari, DSM si impegna a cedere tali progetti all'acquirente oppure, su richiesta dell'acquirente e previa autorizzazione della Commissione, a completare uno specifico progetto R&S per conto dell'acquirente. L'acquirente sarà proprietario dei risultati dei progetti R&S.

*Cessione dell'attività produttiva*

- (86) DSM si impegna a fornire all'acquirente, per un periodo massimo di [...]\*, tutta l'assistenza tecnica necessaria per consentire all'acquirente di avviare la sua produzione di enzimi alimentari. Al fine di garantire all'acquirente una fonte di approvvigionamento sicura, DSM approvvigionerà l'acquirente, a richiesta di quest'ultimo, nel quadro di un accordo di produzione conto terzi di tipo cost-plus per un periodo transitorio fino a un massimo di [...]\*. Su richiesta dell'acquirente, e previa approvazione da parte della Commissione, detto accordo di produzione conto terzi potrà essere prorogato oltre il periodo transitorio.

- (87) DSM si impegna inoltre a vendere all'acquirente, su richiesta di quest'ultimo, ovvero a una parte terza designata dall'acquirente [...]\*.
- (88) DSM/RV&FC si impegna inoltre, per un periodo di [...]\* dalla data di chiusura dell'attività ceduta o, se più breve, per un periodo di [...]\* dalla data in cui sia posto termine all'alleanza RV&FC/Novozymes, ad astenersi dallo svolgere attività di sviluppo e produzione di fitasi, enzimi di degradazione degli NSP e  $\alpha$ -amilasi se non nell'ambito dell'alleanza RV&FC/Novozymes.
- (89) Infine gli impegni istituiscono una serie di obblighi di separazione delle attività, inclusa l'attuazione di dispositivi firewall atti ad evitare lo scambio di informazioni fra i dipendenti DSM addetti alla produzione conto terzi della fitasi e alle attività di R&S e i dipendenti chiave di DSM precedentemente coinvolti nell'attività dismessa, da un lato e, dall'altro lato, i dipendenti RV&FC addetti alla vendita di tali prodotti, per tutta la durata del periodo transitorio. L'impegno prevede inoltre la nomina di un gestore incaricato di mantenere separate le attività e di un fiduciario incaricato del controllo. Inoltre DSM offrirà incentivi ai suoi dipendenti chiave impegnati nella produzione di enzimi alimentari e nelle relative attività di R&S per conto dell'acquirente affinché essi accettino un'eventuale proposta di assunzione da parte dell'acquirente.

**Valutazione degli impegni proposti dalla parte notificante**

- (90) Il rimedio proposto dalla parte notificante porrà fine all'alleanza DSM/BASF e comporterà la cessione dell'attività di produzione di enzimi alimentari di DSM ad un acquirente idoneo al fine di garantire la totale cessazione delle attuali attività di DSM relative alla produzione di enzimi alimentari (fitasi, enzimi di degradazione degli NSP e  $\alpha$ -amilasi) e di creare un concorrente effettivo, valido e indipendente. La costituzione di un concorrente avente tali caratteristiche è di importanza cruciale in quanto, nel caso in cui l'acquirente non dovesse riuscire a esercitare una concorrenza effettiva, l'unico altro fornitore presente sul mercato, ovvero Novozymes/RV&FC (e, dopo l'operazione, DSM), rimarrebbe ad operare in assenza di una concorrenza significativa, con il risultato che la concorrenza non sarebbe ripristinata. Poiché lo sviluppo, la produzione, la vendita e la distribuzione di fitasi sono stati finora intrinsecamente legati alle medesime attività riguardanti gli altri enzimi alimentari esistenti, ovvero gli enzimi di degradazione degli NSP e la  $\alpha$ -amilasi (cfr. considerandi da 49 a 58 di cui sopra), qualsiasi rimedio volto a risolvere i problemi di concorrenza sul mercato della fitasi non può limitarsi alla sola fitasi ma dovrebbe includere anche gli altri enzimi alimentari.

<sup>(16)</sup> La tecnologia di background è comune a tutte le applicazioni degli enzimi (mangimi e altro) e consiste nell'espressione di enzimi nei microrganismi.

- (91) I rimedi proposti contengono tutti gli elementi necessari perché un acquirente idoneo possa costituire un concorrente effettivo, valido e indipendente nel mercato degli enzimi alimentari, ivi incluso l'enzima fitasi. L'indagine di mercato svolta dalla Commissione ha indicato l'inaccessibilità dei diritti di proprietà intellettuale quale principale ostacolo all'efficace entrata di nuovi operatori nel mercato della fitasi. In base agli impegni proposti, l'acquirente acquisirebbe tutti i diritti di proprietà intellettuale connessi alla fitasi, agli enzimi di degradazione degli NSP e all' $\alpha$ -amilasi (DSM ha incluso l' $\alpha$ -amilasi nel pacchetto da cedere sulla base di considerazioni di ordine industriale e commerciale) e otterrebbe una licenza esclusiva per l'utilizzo della tecnologia di background allo scopo di sviluppare, produrre, fare produrre, utilizzare e vendere detti prodotti e avrebbe dunque accesso a tutti i diritti di proprietà intellettuale necessari per la produzione e la vendita di fitasi, enzimi di degradazione degli NSP e  $\alpha$ -amilasi. Quest'ultimo punto è stato confermato dalla prova di mercato cui la Commissione ha sottoposto gli impegni proposti. La prova di mercato della Commissione ha inoltre ampiamente confermato che la tecnologia degli enzimi alimentari può essere trasferita con successo, come già accaduto in passato.
- (92) Anche le attività di ricerca e sviluppo sono importanti nel settore degli enzimi alimentari e tutti gli attuali progetti R&S attinenti a tale settore saranno ceduti all'acquirente. La prova di mercato ha indicato che, malgrado gli inevitabili rischi che qualsiasi trasferimento di tecnologia comporta, un acquirente idoneo sarebbe in grado di portare brillantemente a termine un simile trasferimento e che in passato vi sono stati casi in cui la cessione di progetti R&S nel campo degli enzimi alimentari è stata effettuata con successo. La prova di mercato ha inoltre indicato che il completamento di un progetto R&S in corso da parte di DSM non sarebbe auspicabile, mentre sarebbe da preferirsi una cessione a tutti gli effetti. La Commissione, pertanto, ritiene che la capacità di portare a compimento un progetto R&S indipendentemente da DSM sia estremamente importante perché l'acquirente possa diventare un concorrente valido.
- (93) Per consentire all'acquirente di avviare la propria produzione, gli impegni prevedono l'assistenza di DSM nell'avviamento di tale attività produttiva e contemplano la possibilità che, per un periodo transitorio e su richiesta dell'acquirente, DSM continui la produzione in virtù di un accordo di produzione conto terzi. Inoltre, sempre se richiesto dall'acquirente, DSM si impegna a [...]\*. Gli impegni non includono la cessione di alcun impianto di fermentazione di enzimi (alimentari) e dunque l'accesso ad una capacità produttiva indipendente è importante perché l'acquirente possa diventare un concorrente indipendente e valido, come conferma la prova di mercato. La prova di mercato ha inoltre indicato che non è auspicabile che DSM prosegua l'attività di produzione conto terzi oltre un periodo transitorio. Posto che l'acquirente abbia sufficiente accesso ad una capacità produttiva di enzimi (alimentari) indipendente, la Commissione ritiene improbabile che un eventuale proseguimento dell'attività di produzione conto terzi di DSM oltre il periodo transitorio, allo scopo di soddisfare parte del fabbisogno dell'acquirente, crei problemi di concorrenza. Un'eventuale attività di produzione conto terzi protratta oltre il periodo transitorio sarebbe

soggetta alla preventiva approvazione della Commissione. L'indagine e la prova di mercato hanno individuato vari produttori di enzimi (alimentari) reali o potenziali. La prova di mercato ha ulteriormente confermato che vi sono stati casi in cui la cessione di attività di produzione di enzimi alimentari è stata effettuata con successo.

- (94) Poiché la credibilità e la sostenibilità dell'attività dismessa e dunque il ripristino di una concorrenza effettiva sul mercato dipendono in larga misura dall'identità dell'acquirente, la parte notificante si è impegnata a sospendere l'attuazione della concentrazione fra DSM e RV&FC a meno che e fin tanto che le due imprese non concludano un accordo definitivo che ponga fine all'alleanza DSM/BASF nonché accordi definitivi di vendita e di licenza per la vendita dell'attività dismessa e la Commissione non fornisca il proprio assenso in merito ai termini degli accordi e all'acquirente prescelto.
- (95) La Commissione ritiene che, al fine di garantire l'immediato ripristino di una concorrenza effettiva e di ottenere l'approvazione da parte della Commissione, l'acquirente debba essere un'impresa vitale che non dipenda da DSM/RV&FC né abbia con queste ultime alcun legame. L'acquirente deve essere in possesso di adeguate risorse finanziarie e di una comprovata esperienza ed essere incentivato a mantenere e sviluppare l'attività ceduta come entità operante in attiva concorrenza con DSM/RV&FC e altri concorrenti. L'acquirente non deve essere suscettibile di sollevare prima facie, alla luce delle informazioni a disposizione della Commissione, preoccupazioni in ordine alla concorrenza né di generare il rischio che l'attuazione degli impegni subisca ritardi. Nella sua valutazione dell'acquirente, la Commissione terrà conto delle caratteristiche e della struttura del mercato.

## IX. CONCLUSIONE

- (96) Si conclude pertanto che gli impegni proposti dalla parte notificante modificano l'operazione notificata in maniera tale da eliminare i seri dubbi espressi dalla Commissione riguardo alla compatibilità dell'operazione con il mercato comune. L'operazione dovrebbe pertanto essere dichiarata compatibile con il mercato comune ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 2, del regolamento sulle concentrazioni e con l'accordo SEE ai sensi del relativo articolo 57, fatta salva l'attuazione degli impegni esposti in allegato,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

### Articolo 1

L'operazione notificata con la quale DSM NV acquisisce il controllo esclusivo della divisione vitamine e prodotti di chimica fine di Roche ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento (CEE) n. 4064/89 è dichiarata compatibile con il mercato comune e con l'accordo SEE.

*Articolo 2*

L'articolo 1 è subordinato all'ottemperanza alle condizioni definite nelle sezioni B, C (ad eccezione dei paragrafi 23 e 24), D e E dell'allegato.

*Articolo 3*

L'articolo 1 è subordinato all'adempimento degli obblighi definiti nei paragrafi 23 e 24 della sezione C e nelle sezioni F (fiduciario di controllo) e G (clausola di riesame) dell'allegato.

*Articolo 4*

È destinataria della presente decisione:

DSM NV  
Het Overloon 1  
6401 JH Heerlen  
Paesi Bassi

Fatto a Bruxelles, il 23 luglio 2003.

*Per la Commissione*

Mario MONTI

*Membro della Commissione*

---

*ALLEGATO*

Il testo originale integrale delle condizioni e degli obblighi di cui agli articoli 2 e 3 può essere consultato sul seguente sito web della Commissione:

[http://europa.eu.int/comm/competition/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html)

---