

*Provvedimento n. 44 del 5 settembre 2002*

**"BANCA DI ROMA S.p.A./BIPOP-CARIRE S.p.A."**

### **LA BANCA D'ITALIA**

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTI il regolamento CEE del Consiglio n. 4064/89 del 1989 e le successive modifiche e integrazioni;

VISTO il d.p.r. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione inviata da Banca di Roma S.p.A. ai sensi dell'art. 16 della legge n. 287/90, pervenuta il 6 giugno 2002;

VISTO il proprio provvedimento n. 184/A del 27 giugno 2002;

SENTITI i rappresentanti di Banca di Roma S.p.A. e di Bipop-Carire S.p.A. e quelli di Banca Popolare del Lazio, di San-Paolo-IMI, di Assoreti, di Arca SGR S.p.A., di Banca Agricola Popolare di Ragusa, di Assogestioni, di Banca Monte dei Paschi di Siena e di IntesaBCI;

VISTA la memoria di Banca di Roma S.p.A. del 22 luglio 2002;

CONSIDERATA l'attività istruttoria, realizzata unitamente all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nella parte concernente i mercati del risparmio gestito, in relazione alla conduzione congiunta delle audizioni, alla raccolta in comune di materiale informativo e all'analisi degli aspetti tecnici dei rispettivi procedimenti;

VISTO il parere espresso, ai sensi dell'art. 20, comma 3, della legge n. 287/90, dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nella sua adunanza del 22 agosto 2002;

CONSIDERATE le seguenti circostanze:

#### **I. LE PARTI**

1. Banca di Roma S.p.A. è la banca posta a capo dell'omonimo gruppo bancario, che comprende altre 7 banche italiane ed estere, 19 società finanziarie e 9 strumentali. Il gruppo opera in tutto il territorio nazionale con 1.765 sportelli. Il fatturato da considerare ai sensi dell'art. 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 ammonta, al 31 dicembre 2001, a circa 10.675 milioni di euro.
2. Bipop-Carire S.p.A. (di seguito anche Bipop) è la banca posta a capo dell'omonimo gruppo bancario, che comprende altre 3 banche italiane ed estere, 16 società finanziarie e 2 strumentali. Il gruppo opera prevalentemente nell'Italia Nord-Occidentale, dove detiene 135 dei suoi 310 sportelli. Il fatturato da considerare ai sensi dell'art. 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90 ammonta, al 31 dicembre 2001, a circa 1.671 milioni di euro.

## II. I FATTI

3. La concentrazione si attua attraverso l'acquisto del controllo di Bipop da parte di Banca di Roma. L'operazione si articola nelle seguenti fasi:
  - i. scissione dell'attività bancaria tradizionale di Bipop, conferimento della stessa in una nuova società e successiva incorporazione di quest'ultima in Banca di Roma;
  - ii. fusione per incorporazione in Bipop di una nuova società, a cui sono state conferite le partecipazioni detenute da Banca di Roma nel settore della produzione e della distribuzione di servizi di gestione del risparmio, bancassicurazione e gestione dei canali alternativi di distribuzione; per effetto della fusione, Banca di Roma ha ricevuto in contropartita una quota di azioni di Bipop tale da consentirle di esercitarne il controllo.
4. A seguito di tali operazioni Banca di Roma e Bipop hanno mutato la propria denominazione, rispettivamente, in Capitalia S.p.a. e Fineco S.p.a.; la struttura del gruppo prevede una *holding* capogruppo (Capitalia), che controlla interamente le banche e le società di servizio del gruppo e detiene la partecipazione di controllo in Fineco S.p.a.

## III. QUALIFICA DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione in esame si configura come una concentrazione ai sensi dell'art. 5, comma 1, lettera a), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, dato che non ricorrono le condizioni previste dall'art. 1 del regolamento CEE n. 4064/89, come modificato dal regolamento CE n. 1310/97, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva previsto dall'art. 16, commi 1 e 2, della legge n. 287/90, essendo superiore a 387 milioni di euro il decimo dell'attivo realizzato a livello nazionale dalle imprese interessate.
6. Al fine di verificare se l'operazione sia tale da determinare in alcuni mercati la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante, la Banca d'Italia ha aperto il 27 giugno 2002 un'istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 4, della legge n. 287/90 con riferimento ai mercati della raccolta bancaria e del risparmio gestito. L'analisi si è incentrata sulla sostituibilità dei prodotti offerti, sulla rilevanza della prossimità territoriale dei canali distributivi alla domanda, nonché sulla presenza di qualificati operatori concorrenti e sulla contendibilità degli stessi mercati.
7. L'istruttoria non ha riguardato l'impatto dell'operazione sui mercati degli impieghi bancari e dei prodotti e dei servizi finanziari - quali la negoziazione di valori mobiliari per conto terzi, il *leasing* e il *factoring* - in quanto si è ritenuto che non potesse costituirsi una posizione dominante tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza.

## IV. I MERCATI RILEVANTI

8. Sotto il profilo merceologico, il *mercato della raccolta bancaria* comprende i depositi in conto corrente e a risparmio, liberi e vincolati, nonché i certificati di deposito e i buoni fruttiferi. Il *risparmio gestito* comprende il mercato della gestione su base individuale di portafogli d'investimento per conto terzi e quello dei fondi comuni d'investimento mobiliare.
9. Dal punto di vista geografico, il mercato della raccolta bancaria ha rilevanza provinciale. La dimensione dei mercati relativi al risparmio gestito è invece convenzionalmente ritenuta nazionale, in considerazione del fatto che le caratteristiche di produzione e di commercializzazione dei prodotti e servizi finanziari in questione risultano omogenee sull'intero

territorio nazionale. Tuttavia, la circostanza che la concentrazione riguardi banche operanti sia nella produzione sia nella distribuzione attraverso una struttura caratterizzata da una consistente compagine di promotori finanziari, ha fatto ritenere opportuna anche una disaggregazione dell'analisi a livello *sub*-nazionale, in relazione ai profili distributivi.

## V. I RISULTATI DELL'ISTRUTTORIA

### *I mercati della raccolta*

10. L'operazione determina sovrapposizioni territoriali in tredici mercati provinciali della raccolta bancaria. Di seguito si riportano le quote di mercato e il numero di sportelli delle parti in tali province (al 31.12.2001): in particolare, quote congiunte superiori al 30% si registrano in alcune province della Sicilia (Agrigento, Palermo e Catania) e in una provincia del Lazio (Frosinone).

<i>Provincia</i>	<i>Sportelli BancaRoma</i>	<i>Quota di mercato BancaRoma</i>	<i>Sportelli BIPOP</i>	<i>Quota di mercato di BIPOP</i>	<i>Quota di mercato congiunta</i>
<b>Agrigento</b>	<b>47</b>	<b>40,6</b>	<b>1</b>	<b>0,04</b>	<b>40,64</b>
<b>Palermo</b>	<b>147</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>0,09</b>	<b>48,09</b>
<b>Catania</b>	<b>94</b>	<b>32,8</b>	<b>1</b>	<b>0,02</b>	<b>32,82</b>
Ragusa	28	23,9	1	0,13	24,03
Trapani	36	22,4	2	0,14	22,54
Roma	378	22,5	7	3	25,5
Latina	50	28,3	1	0,42	28,72
Rieti	12	13,5	1	0,35	13,85
Viterbo	30	12,6	1	0,04	12,64
<b>Frosinone</b>	<b>65</b>	<b>32,8</b>	<b>1</b>	<b>0,18</b>	<b>33</b>
Campobasso	23	22,2	1	0,01	22,21
Brescia	6	0,4	63	14,9	15,3
Reggio Emilia	3	0,5	62	16,7	17,2

11. La situazione concorrenziale dei mercati delle province siciliane è stata accertata dal provvedimento n. 33 del 9.6.2000 relativo alla concentrazione fra Banca di Roma e Mediocredito Centrale; il provvedimento ha confermato le disposizioni previste dalla lettera d) del provvedimento n. 22 del 3.4.1998 concernente la concentrazione tra Banco di Sicilia e Sicilcassa. Queste disposizioni hanno imposto al Banco di Sicilia di non aumentare gli insediamenti in Sicilia per tre anni dalla scadenza del periodo biennale previsto per ottemperare all'obbligo di cedere 21 sportelli nelle province di Palermo e di Enna. Tale vincolo, tenuto conto che le cessioni sono avvenute il 28.12.2000, scadrà il 28.12.2003.

12. Dal 31.12.1999 al 30.6.2002 Banca di Roma ha ridotto il numero di sportelli operanti nel capoluogo siciliano di 22 unità. Complessivamente, nei mercati provinciali siciliani considerati nell'ambito dell'istruttoria, Banca di Roma ha ridimensionato la propria articolazione territoriale attraverso la chiusura o la cessione di 50 dipendenze. La tavola seguente indica che le dimissioni effettuate risultano superiori a quelle imposte dai provvedimenti sopra citati.

<i>Province</i>	<i>31.12.99</i>	<i>31.12.01</i>	<i>30.06.02</i>	<i>Riduzioni attuate fino al 30.06.02</i>	<i>riduzioni richieste con provv. N. 22 del 3.4.98</i>	<i>riduzioni richieste con provv. N. 33 del 9.6.00</i>	<i>Saldo (attuato - richiesto)</i>
<i>Agrigento</i>	53	47	46	7			7
<i>Catania</i>	105	94	91	14		3	11
<i>Palermo</i>	167	147	145	22	15	5	2
<i>Ragusa</i>	31	28	28	3			3
<i>Trapani</i>	40	36	36	4			4
<i>Totale</i>	396	352	346	50	15	8	27

13. Nel mercato provinciale di Agrigento, Banca di Roma è il primo operatore con una quota di mercato pari al 40,6% e 47 sportelli su 173 totali (27%). Il principale concorrente presenta una quota del 13% circa e 15 sportelli. Bipop è il ventesimo operatore con una quota di mercato marginale e un solo sportello (cfr. tavola seguente). L'indice HHI, pari a 2.067 punti, a seguito della concentrazione rimane sostanzialmente invariato.

<i>Dati al 31.12.2001</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	40,6	47
Bipop-Carire	0,04	1
Concorrente	13,1	15
Concorrente	9,9	19
Concorrente	7,2	15

14. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma è cresciuta dal 38% al 40,6% circa, mentre il numero degli sportelli si è ridotto da 53 a 47 unità. Bipop non disponeva di propri insediamenti nella provincia negli anni 1999 e 2000. Le quote dei principali concorrenti hanno registrato aumenti pari, nel complesso, a mezzo punto percentuale.

15. Nel mercato provinciale di Palermo, Banca di Roma è il primo operatore con una quota di mercato del 48% e 147 sportelli su 387 totali (38%). Il principale concorrente presenta una quota dell'8,9% e 13 sportelli. Bipop è il venticinquesimo concorrente, con una quota di mercato marginale e due sportelli (cfr. tavola seguente). L'indice HHI, pari a 2.542 punti, a seguito della concentrazione rimane sostanzialmente invariato.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	48	147
Bipop-Carire	0,09	2
Concorrente	8,9	13
Concorrente	5,9	23
Concorrente	5,5	19

16. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma è diminuita dal 54% circa al 48%; le quote dei principali concorrenti hanno registrato aumenti pari, nel complesso, a un punto percentuale. La quota di mercato di Bipop, stabile nel periodo dicembre 2000 - dicembre 2001, non è significativa.

17. Nel mercato provinciale di Catania, Banca di Roma è il primo operatore con una quota di mercato del 32,8% e 94 sportelli su 347 (27%). Il principale concorrente presenta una quota pari al 12,3% e 51 sportelli. Bipop è il ventitreesimo concorrente, con una quota di mercato marginale e uno sportello (cfr. tavola seguente). L'indice HHI, pari a 1.535 punti, a seguito della concentrazione rimane sostanzialmente invariato.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	32,8	94
Bipop-Carire	0,02	1
Concorrente	12,3	51
Concorrente	7,9	43
Concorrente	7,3	25

18. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma è diminuita di circa un punto percentuale; l'andamento delle quote degli altri operatori segnala variazioni discordanti: in particolare, la quota del principale concorrente è aumentata dall'11,9% al 12,3%, mentre gli altri operatori hanno registrato diminuzioni pari, complessivamente, a un punto percentuale. Bipop non era presente con proprie dipendenze negli anni 1999 e 2000.

19. Nel mercato provinciale di Ragusa, Banca di Roma è il secondo operatore con una quota di mercato del 24% circa e 28 sportelli su 108 (26%). Il principale operatore detiene una quota del 55% circa e 29 sportelli; Bipop è il quindicesimo operatore con una quota di mercato marginale e uno sportello (cfr. tavola seguente). L'indice HHI, pari a 3.661 punti, a seguito della concentrazione rimane sostanzialmente invariato.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	23,9	28
Bipop-Carire	0,13	1
Concorrente	55	29
Concorrente	5,9	9
Concorrente	3,9	14

20. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma è diminuita di circa un punto percentuale; l'andamento delle quote degli altri operatori segnala variazioni disomogenee: in particolare, la quota del principale operatore è aumentata dal 53,3% al 55%, mentre gli altri operatori hanno registrato diminuzioni pari, nel complesso, al punto percentuale. Bipop non era presente con insediamenti negli anni 1999 e 2000.

21. Nel mercato provinciale di Trapani, Banca di Roma è il primo operatore con una quota di mercato del 22,4% e 36 sportelli su 176 complessivi (20%). Il principale concorrente detiene una quota del 16% circa e 26 sportelli; Bipop è il diciannovesimo operatore con una quota dello 0,14% e 2 sportelli (cfr. tavola seguente). L'indice HHI, pari a 1.146 punti, a seguito della concentrazione rimane sostanzialmente invariato.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	22,4	36
Bipop-Carire	0,14	2
Concorrente	15,9	26
Concorrente	11,6	18
Concorrente	10,2	17

22. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma è aumentata dal 22,2% al 22,4%; l'andamento delle quote degli altri operatori segnala significative variazioni: in particolare, la quota del principale concorrente si è ridotta dal 19,5% al 15,9%, mentre gli altri hanno registrato diminuzioni complessivamente superiori a un punto percentuale. Bipop ha aperto uno sportello nel 2000: nel dicembre 2001 la sua quota di mercato è pari allo 0,14%.

23. Nel mercato provinciale di Roma, Banca di Roma è il primo operatore, con una quota di mercato pari al 22,5% e 378 sportelli su 1.709 (22%). Il principale concorrente è attestato su una quota pari all'11,3%. Altri quattro concorrenti presentano una quota individuale oscillante attorno al 9%. Bipop rappresenta l'ottavo concorrente con il 3% dei depositi e 7 sportelli (cfr. tavola seguente). L'indice HHI è pari 1.015. La concentrazione determinerebbe un incremento della quota di mercato di Banca di Roma (3 punti percentuali) e dell'indice HHI (+135 punti).

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	22,5	378
Bipop-Carire	3	7
Concorrente	11,3	125
Concorrente	9,5	191
Concorrente	9,4	113

24. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma è diminuita dal 27% al 22,5%. L'andamento delle quote degli altri operatori ha messo in evidenza variazioni significative: i principali concorrenti hanno registrato una flessione complessiva superiore a 3,5 punti percentuali. Bipop ha realizzato un sensibile incremento, passando dallo 0,24% al 3%.

25. Nel mercato provinciale di Latina, Banca di Roma detiene una quota di mercato del 28,3% e 50 sportelli su 152 totali (33%). Il primo concorrente raccoglie il 15,63% dei depositi provinciali. La presenza sulla piazza di Bipop si limita a uno sportello, a cui è associata una quota di mercato pari allo 0,42% (cfr. tavola seguente). L'indice HHI è pari a 1.398 punti; a seguito della concentrazione aumenta di 24 punti.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	28,3	50
Bipop-Carire	0,4	1
Concorrente	15,6	20
Concorrente	10,5	11
Concorrente	8	14

26. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01 la quota di Banca di Roma ha messo in evidenza una flessione dal 32% al 28,3%; il primo concorrente ha registrato una crescita pari all'incirca a un punto percentuale.

27. Nel mercato provinciale di Rieti, Banca di Roma è il secondo operatore con una quota pari al 13,5% circa e 12 sportelli su 79 complessivi (15%). Il primo operatore raccoglie il 44,37% dei depositi; altri due concorrenti si attestano su quote non lontane da quelle della Banca di Roma. Risulta marginale il peso di Bipop (0,35%), presente con un solo sportello (cfr. tavola seguente). L'indice HHI, pari a 2.521 punti, a seguito della concentrazione rimane sostanzialmente invariato.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	13,5	12
Bipop-Carire	0,35	1
Concorrente	44,4	28
Concorrente	12,9	10
Concorrente	12,3	10

28. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma ha avuto un andamento tendenzialmente stabile, mentre il primo operatore ha registrato una flessione significativa (9 punti percentuali circa).

29. Nel mercato provinciale di Viterbo, Banca di Roma è il terzo operatore con una quota di mercato del 12,6% e 30 sportelli su 182 complessivi (16%). Il primo operatore dispone di una quota del 29% circa e 38 sportelli. Bipop è il ventitreesimo operatore con una quota di mercato marginale e uno sportello (cfr. tavola seguente). L'indice HHI, pari a 1.432 punti, a seguito della concentrazione rimane sostanzialmente invariato.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	12,6	30
Bipop-Carire	0,04	1
Concorrente	29	38
Concorrente	14	33
Concorrente	11,2	13

30. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Banca di Roma è diminuita di un punto percentuale; l'andamento delle quote degli altri operatori segnala significative variazioni: in particolare, la quota del primo operatore ha registrato una flessione dal 29,7% al 29%, mentre il secondo operatore ha subito una diminuzione superiore a un punto percentuale. Bipop non era presente con proprie dipendenze negli 1999 e 2000.

31. Nel mercato provinciale di Frosinone, Banca di Roma è il primo operatore con una quota del 32,8% circa e 65 sportelli su 164 complessivi (39%). I principali concorrenti detengono quote di mercato intorno al 9%. Bipop è il ventesimo operatore con una quota dello 0,18% e uno sportello (cfr. tavola seguente). L'indice HHI è pari a 1.536 punti. La concentrazione determinerebbe un incremento marginale della quota di Banca di Roma e dell'indicatore HHI.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	32,8	65
Bipop-Carire	0,18	1
Concorrente	9,2	8
Concorrente	9,2	11
Concorrente	8,8	13

32. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, Banca di Roma ha registrato una flessione superiore ai quattro punti percentuali. Bipop non era presente con propri insediamenti nel 1999: rispetto al 2000, la sua quota di mercato ha segnato un lieve incremento dallo 0,04 allo 0,18%. Pressoché stabili sono state le quote dei principali concorrenti.

33. Nel mercato provinciale di Campobasso, Banca di Roma è il primo operatore, con una quota del 22,2% e 23 sportelli su 104 (22%). Del tutto marginale la quota raccolta dallo sportello, di recente apertura, di Bipop (cfr. tavola seguente). L'indice HHI è pari a 1.249 punti. La concentrazione non determina effetti sulla quota di mercato di Banca di Roma e sull'indice HHI.

<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	22,2	23
Bipop-Carire	0,01	1
Concorrente	17,2	16
Concorrente	13,8	11
Concorrente	12,4	7

34. Nel biennio '99-'01 la quota di Banca di Roma è diminuita dal 24,8% al 22,2%. Analoga flessione ha registrato il primo concorrente, la cui quota di mercato è diminuita di circa il 2%. Bipop non era presente con proprie dipendenze negli anni 1999 e 2000.

35. Nel mercato provinciale di Brescia, Bipop è il secondo operatore con una quota di mercato pari al 14,8% e 63 sportelli su 768 totali (8%). Il primo concorrente detiene una quota del 35,3% e 227 sportelli. Gli altri concorrenti presentano quote di mercato più modeste. Banca di Roma detiene una quota pari a 0,4% e 6 sportelli (cfr. tavola seguente). L'indice HHI è pari a 1.401; la concentrazione non produce effetti sull'indicatore.

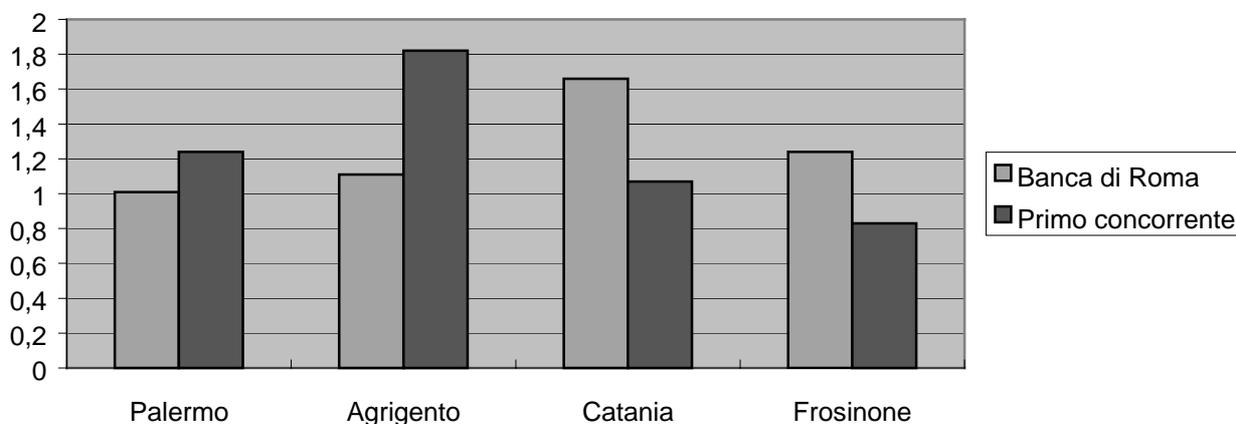
<i>Dati al 31.12.01</i>	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	0,4	6
Bipop-Carire	14,8	63
Concorrente	35,3	227
Concorrente	8,1	54
Concorrente	4,3	29

36. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01, la quota di mercato di Bipop ha registrato una decisa riduzione rispetto sia al 2000 (allorché ammontava al 19,7%) sia al 1999 (16,1%). Nello stesso periodo, la quota del primo operatore si è ridotta in misura superiore all'1%.
37. Nella provincia di Reggio Emilia, Bipop detiene una quota di mercato pari al 16,7% e 62 sportelli su 345 complessivi (18%). Banca di Roma è presente con 3 sportelli, a cui corrisponde una quota di mercato pari allo 0,5%. Il principale operatore detiene una quota del 34% (cfr. tavola seguente). L'indice HHI è pari a 1.846 punti; a seguito della concentrazione aumenta di 17 punti.

Dati al 31.12.01	Quota di mercato	Sportelli
Banca di Roma	0,5	3
Bipop-Carire	16,7	62
Concorrente	34	69
Concorrente	14,7	50
Concorrente	9,2	30

38. Nel periodo dicembre '99 - dicembre '01 Bipop ha registrato una riduzione della quota di mercato di circa otto punti percentuali, mentre la quota di Banca di Roma è rimasta sostanzialmente stabile. Il principale operatore ha accresciuto la quota dal 25,8% circa al 34%.
39. L'analisi dei tassi d'interesse passivi mostra che il gruppo Banca di Roma non ha abusato della posizione rilevante già detenuta in alcuni mercati provinciali (Palermo, Agrigento, Catania e Frosinone) (cfr. tavola seguente).

Tassi passivi nominali



Dati al 31.12.2001

### ***I mercati del risparmio gestito***

40. Dal punto di vista giuridico, i fondi comuni d'investimento mobiliare sono patrimoni privi di personalità giuridica, suddivisi in quote di pertinenza dei partecipanti; la gestione degli stessi, ai sensi dell'art. 33, comma 1, del d.lgs. n. 58/98, è affidata alle società di gestione del risparmio (SGR) e alle società d'investimento a capitale variabile (SICAV). Ai sensi dell'art. 42 del citato d.lgs. è consentita in Italia l'offerta di quote di fondi comuni di investimento armonizzati e non armonizzati. Il regolamento di gestione di ciascun fondo comune d'investimento è soggetto ad approvazione della Banca d'Italia; esso disciplina i rapporti tra sottoscrittori e società di gestione e definisce i diritti e i doveri dei partecipanti, che riguardano indistintamente tutti i

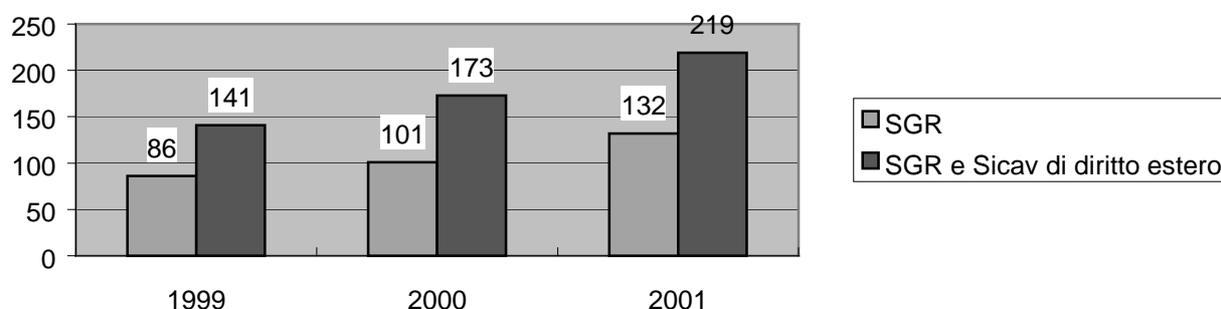
sottoscrittori, indipendentemente dal luogo in cui avviene la sottoscrizione o dalla provincia di residenza dei partecipanti.

41. L'attività di gestione su base individuale di patrimoni mobiliari (GPM), prevista dall'art. 1, comma 5, lettera d), del d.lgs. n. 58/98 è svolta da banche, da imprese di investimento e da società di gestione del risparmio, sulla base di un incarico conferito dal cliente. Rispetto alle gestioni collettive, il patrimonio di ogni cliente resta distinto da quello degli altri. Specifica caratterizzazione assumono le gestioni patrimoniali in fondi (GPF), in cui le disponibilità finanziarie del cliente sono investite in quote di fondi comuni d'investimento; le GPF sono assimilate alle gestioni collettive anche se, dal punto di vista contrattuale, hanno un elemento in comune con le gestioni individuali, potendo il cliente richiedere al gestore di modificare la composizione del portafoglio (sempre, tuttavia, scegliendo tra quote di fondi comuni).

## L'offerta

42. Nel 2001 si è registrato un aumento sia degli operatori presenti sul mercato sia dei prodotti distribuiti; alla fine dell'anno risultavano iscritte nei rispettivi albi 129 SGR e 3 SICAV, con incrementi, rispettivamente, di 30 e di un'unità rispetto all'anno precedente (cfr. tavola seguente). L'evoluzione del numero degli operatori si riconnette a una crescente presenza di gestori non appartenenti a gruppi già affermati (nel 2001 ha fatto ingresso nel mercato del risparmio gestito Poste Italiane) e alla riorganizzazione dei gruppi bancari operanti nel settore: le SGR tendono a diversificare la propria offerta, affiancando alla gestione dei fondi aperti armonizzati quella di prodotti non armonizzati (fondi di fondi, fondi riservati a investitori qualificati) e la prestazione di servizi di gestione individuale.<sup>1</sup>

Società di gestione del risparmio



Fonte: Banca d'Italia

43. Nel mercato domestico si è intensificata la presenza di soggetti esteri che operano direttamente tramite proprie società di gestione del risparmio e attraverso accordi distributivi con altri operatori. Continua, a ritmi elevati, la crescita del numero di fondi comuni e di Sicav comunitari commercializzati in Italia in regime di mutuo riconoscimento: nel biennio 1999-2001 sono passati da 1.192 a 2.613. Il controvalore delle quote complessivamente sottoscritte da investitori italiani ha superato l'ammontare di 133.000 mln. di euro, di cui 105.000 relativi a fondi istituiti da intermediari italiani in altri Stati dell'Unione Europea<sup>2</sup>.
44. Il grado di concentrazione nel sistema delle società di gestione, misurato dalla quota di mercato delle prime cinque società, era pari, alla fine del 2001, al 46%. Nel confronto internazionale tale

<sup>1</sup> Alla fine del 2001 i fondi aperti armonizzati e le Sicav erano 1.234, con un incremento di 118 unità rispetto all'anno precedente; a questi si aggiungevano 183 fondi aperti non armonizzati, costituiti in prevalenza da fondi di fondi (160).

<sup>2</sup> Cfr. audizione di Assogestioni del 15.7.2002.

quota assume valori intermedi tra quelli, più contenuti, di Regno Unito e Francia (pari, rispettivamente, al 14,6% e al 34,2%) e quelli, più elevati, di Spagna e Germania (51,1% e 75,7%)<sup>3</sup>. L'indice HHI dei mercati del risparmio gestito si attesta su valori contenuti, risultando pari a 1.000 punti nel mercato dei fondi comuni e a 600 punti in quello delle gestioni patrimoniali individuali<sup>4</sup>.

45. Nella gestione professionale del risparmio, la mobilità delle quote di mercato assume valori elevati se confrontati con quelli che si riscontrano nei mercati degli altri prodotti bancari, segno di una maggior contendibilità del settore e di una più acuta sensibilità della domanda ai fattori che determinano la competitività delle diverse offerte. Nel 2000 l'indicatore di mobilità – calcolato con riferimento all'intero settore del risparmio gestito – si attestava su un valore prossimo al 10%<sup>5</sup>; esso si è mantenuto elevato anche nel 2001, attestandosi intorno al 5% per le gestioni collettive e superando il 10% per le gestioni patrimoniali individuali<sup>6</sup>. Sulla dinamica delle quote incide positivamente anche il comportamento delle banche di media dimensione, che tendono ad abbandonare le iniziative consortili finora attuate e a costituire autonome società di gestione del risparmio<sup>7</sup>. Costituisce un ulteriore indizio della contendibilità del settore la dinamica registrata dalle quote di mercato di alcuni operatori, anche di matrice non bancaria, che in tempi brevi hanno conseguito aumenti apprezzabili.
46. Dall'istruttoria è emerso che l'evoluzione dei prodotti e delle strategie degli operatori sia nella fase produttiva sia in quella distributiva tendono a rendere sempre più omogenee le modalità della gestione professionale del risparmio. Sotto il profilo organizzativo, nell'ambito dei gruppi bancari operanti nel settore, risulta ampiamente condivisa la tendenza ad accentrare la fase della produzione, caratterizzata da rilevanti economie di scala. La fase distributiva si avvale di canali diversificati; è crescente l'utilizzo delle reti di promotori finanziari.
47. La prassi operativa del settore prevede una segmentazione della clientela in relazione all'entità dei patrimoni dati in gestione, a cui corrispondono modalità diverse di svolgimento del servizio: personalizzato per i patrimoni di dimensioni più elevate; standardizzato per quelli di importo inferiore<sup>8</sup>. Si è rilevato che i gruppi bancari che operano sul mercato del risparmio gestito stanno procedendo all'accentramento dei servizi di gestione su base individuale in capo alle società di gestione del risparmio, che già prestano quelli di gestione collettiva<sup>9</sup>. La ricerca di economie di scala e di semplificazioni procedurali e amministrative genera inoltre la tendenza a indirizzare la clientela che domanda gestioni patrimoniali di taglio ridotto verso prodotti standardizzati<sup>10</sup>.
48. Si è altresì rilevato che il processo di maturazione del mercato tende a favorire la polarizzazione dell'offerta: da un lato, vi sono i grandi gruppi bancari che perseguono una crescita delle consistenze gestite anche attraverso l'acquisizione di deleghe di gestione dei patrimoni raccolti da aziende di dimensioni piccole o medie; dall'altro, operatori di dimensioni non elevate, connotati da specifiche competenze di nicchia.

<sup>3</sup> Cfr. Relazione Annuale della Banca d'Italia, 2001.

<sup>4</sup> Secondo le stime dell'associazione di categoria (Assogestioni), la quota del patrimonio gestito facente capo a società di produzione estere non collegate a gruppi nazionali è superiore al 4% e presenta una dinamica molto sostenuta; nel confronto con l'estero tale quota sarebbe elevata: in Germania essa raggiunge il 6%, ma in Francia è circa pari all'1% e in Gran Bretagna prossima allo zero.

<sup>5</sup> L'indice di mobilità misura, a livello aggregato, la variabilità delle quote di mercato; esso è definito dalla semisomma delle variazioni annuali delle quote di mercato, espresse in termini percentuali e prese in valore assoluto.

<sup>6</sup> Elaborazioni su dati Banca d'Italia.

<sup>7</sup> Cfr. audizione di SanPaolo-IMI del 18.7.2002.

<sup>8</sup> In particolare, è possibile individuare almeno tre fasce: clientela privata con portafogli di attività finanziarie inferiori a 100.000 euro (*mass*); tra i 100.000 ed i 500.000 euro (*affluent*); superiori ai 500.000 euro (*top*).

<sup>9</sup> Nel corso del 2001 la quota del mercato dei fondi comuni ascrivibile a operatori bancari è scesa dal 54,4% al 44,8%, a vantaggio delle SGR (dal 35,6% al 45,6%); è rimasta stabile quella delle SIM (attorno al 10%).

<sup>10</sup> Cfr. audizioni di Banca Monte dei Paschi di Siena del 16.7.2002 e di IntesaBci del 19.7.2002.

49. Nell'ambito degli intermediari bancari, si è accentuato il peso di soggetti che operano con un'estesa rete di venditori e con modalità diverse da quelle tradizionali. Tende a venir meno la correlazione tra dimensione del patrimonio gestito e ammontare della raccolta bancaria<sup>11</sup>. Tale fenomeno, sebbene in parte riconducibile alle politiche di sostituzione attuate dai gruppi tra i diversi prodotti distribuiti, conferma sostanzialmente l'elevato grado di apertura del mercato. Di fatto, l'elemento rappresentato dalla dimensione bancaria tende a perdere rilevanza ai fini della crescita nel mercato delle gestioni collettive; i fattori competitivi che risultano determinanti sono ora costituiti dalla dotazione di una buona rete di promotori e dall'attuazione di aggressive politiche di *marketing* e di formazione della rete.

## I prezzi

50. La fissazione dei prezzi nei mercati delle gestioni collettive avviene su base nazionale: non vi sono metodologie o modelli di determinazione del prezzo che tengano conto della situazione competitiva di specifici contesti locali. Le commissioni di gestione tendono a crescere in funzione della rischiosità delle politiche di investimento del fondo<sup>12</sup>: le commissioni complessive corrisposte alle società di gestione (commissioni di gestione e di incentivo) si sono attestate nel 2001 all'1,5% del patrimonio netto (2,1% nel 1999) per la categoria dei fondi azionari e allo 0,8% (1% nel '99) per la categoria dei fondi obbligazionari. Le variazioni in diminuzione di tali prezzi segnalano una crescita del tenore concorrenziale del settore.

51. Con riferimento a eventuali margini di autonomia delle reti nella fissazione dei prezzi, sulla base di quanto riferito dai principali operatori ascoltati nel corso delle audizioni, rappresentativi del 56,5% del mercato, sono emerse posizioni differenti. Alcuni hanno escluso la possibilità di margini di discrezionalità; altri operatori lasciano alla rete la possibilità di fissare, nell'ambito di una soglia massima stabilita dal produttore, il valore della commissione di ingresso, generalmente applicata su un ammontare molto limitato delle transazioni. Infine, alcuni operatori attuano una differenziazione per canale distributivo, mantenendo omogeneo il prezzo all'interno del singolo canale.

52. Per le gestioni individuali, gli intermediari utilizzano schemi contrattuali che contemplano un numero chiuso di linee di gestione, tra le quali il cliente può scegliere. Per quanto riguarda le condizioni economiche del servizio, la personalizzazione del rapporto può influire sulla fissazione dei prezzi, rimettendola alla dinamica contrattuale tra le parti. In questo senso, non può escludersi che siano praticate condizioni differenziate in funzione dell'ammontare del patrimonio gestito né che la sostanziale invarianza del costo diretto imputabile alla singola gestione patrimoniale determini condizioni più vantaggiose per i patrimoni di elevato importo.

## La domanda

53. L'ordinamento mira ad assicurare la trasparenza delle relazioni tra produttori, distributori e consumatori finali: riguardo ai fondi comuni, sono stati accentuati i requisiti informativi al fine di favorire un investimento "consapevole" della clientela con riferimento ai profili di rischiosità e di rendimento nonché la comparabilità delle offerte stesse<sup>13</sup>. Per quanto concerne le GPM,

<sup>11</sup> Cfr. audizione di Assogestioni.

<sup>12</sup> La tipologia delle commissioni applicate nel settore del risparmio gestito si articola in commissioni di gestione, che riprendono anche l'eventuale sovra-*performance* rispetto a un *benchmark* prefissato (commissioni d'incentivo), commissioni d'ingresso (pagate *una tantum* e decrescenti al crescere degli scaglioni d'investimento e della tipologia di rischio del fondo), commissioni d'uscita (pagate al momento della liquidazione dell'investimento) e di *switch* (applicate al passaggio da una tipologia di fondo all'altra).

<sup>13</sup> Significativa in tal senso è la normativa secondaria in materia di prospetti informativi e, in particolare, quella concernente l'obbligo di fissare nel prospetto un parametro oggettivo di riferimento (*benchmark*) coerente con i rischi caratteristici della gestione; quest'ultimo consente di valutare la *performance* dei singoli gestori e rappresenta anche uno strumento sintetico di comunicazione verso il pubblico dei sottoscrittori.

queste, pur non presentando un alto livello di standardizzazione, vengono di solito proposte ai clienti secondo tipologie prestabilite: il regolamento emanato dalla Consob in materia prevede infatti che gli intermediari, nell'offrire una gestione individuale, indichino nel contratto le caratteristiche della gestione<sup>14</sup>.

54. La diffusione sulla stampa, ordinaria e specializzata, di informazioni riguardanti i prodotti della gestione professionale del risparmio e i relativi canali distributivi ne favorisce la conoscenza da parte della clientela, consentendo a quest'ultima di orientare al meglio le proprie scelte. In particolare, relativamente ai fondi comuni, la pubblicazione di prezzi, rendimenti e *benchmark* di riferimento di ogni singola linea di prodotto distribuita sul mercato permette all'investitore di controllare quotidianamente l'andamento del prodotto prescelto, potendo anche confrontarlo con quello di altri operatori. Di norma, i costi di indagine da parte della clientela sono finanziati direttamente dagli operatori, che offrono strutture informative telefoniche (*call center* informativi) gratuite per incentivarne il contatto.
55. In sede istruttoria è emerso che la clientela, se si eccettua una preferenza generalizzata per i fondi *no load* (senza commissioni di ingresso) a cui gli operatori si sono adeguati nelle decisioni di offerta, risulta ancora poco attenta ai costi del servizio fornito, focalizzandosi piuttosto su alcune caratteristiche del prodotto - come le garanzie sul rendimento o gli eventuali vantaggi fiscali - e sulle *performance* passate<sup>15</sup>. Si conferma che elemento determinante per la scelta del cliente è soprattutto la qualità della rete distributiva in termini di capacità di instaurare un rapporto fiduciario con la controparte.
56. Si è rilevato che la clientela connotata da una mobilità più elevata tenderebbe a concentrarsi nella fascia dei patrimoni medi o bassi, più sensibile agli effetti delle politiche commerciali e all'attività svolta dalle reti<sup>16</sup>. Si registra un graduale superamento del rapporto con un unico intermediario: il cliente tende a distribuire il patrimonio tra diversi operatori. Nel mercato dei clienti istituzionali (fondazioni, fondi pensione, etc.) si riscontra un tenore concorrenziale elevato che, in alcuni casi, arriverebbe fino ad azzerare i margini di redditività del servizio.

## La distribuzione

57. La distribuzione risulta connotata dalla prevalenza del modello monomarca, in quanto gli intermediari offrono quasi esclusivamente i servizi di cui curano anche la fase produttiva. Il modello multimarca diffuso in altri contesti nazionali, caratterizzato dall'offerta di servizi di diversi produttori ad opera dello stesso distributore, ha finora avuto un peso limitato anche per effetto della rilevanza dei costi delle "piattaforme tecnologiche" per la gestione del collocamento, di fatto non standardizzabili<sup>17</sup>.
58. I canali distributivi di cui si avvalgono i produttori nel mercato del risparmio gestito sono, in prevalenza, costituiti dagli sportelli bancari e dalle reti di promotori. Non risultano ancora diffusi significativamente canali alternativi, quali gli agenti assicurativi o la rete Internet.
59. L'istruttoria ha confermato che gli sportelli mantengono una rilevanza centrale nelle strategie di distribuzione sviluppate dai grandi gruppi bancari, per i quali i promotori risultano impiegati soprattutto per coprire mercati non presidiati dalle dipendenze, dal momento che l'apertura di

<sup>14</sup> Cfr. regolamento adottato con delibera Consob dell'1.7.98.

<sup>15</sup> In linea con tali conclusioni è anche il Rapporto Sandler concernente "Medium and Long-Term Retail Savings in the UK", pubblicato nel luglio 2002, commissionato dal Governo inglese per accertare la competitività del mercato al dettaglio della raccolta del risparmio.

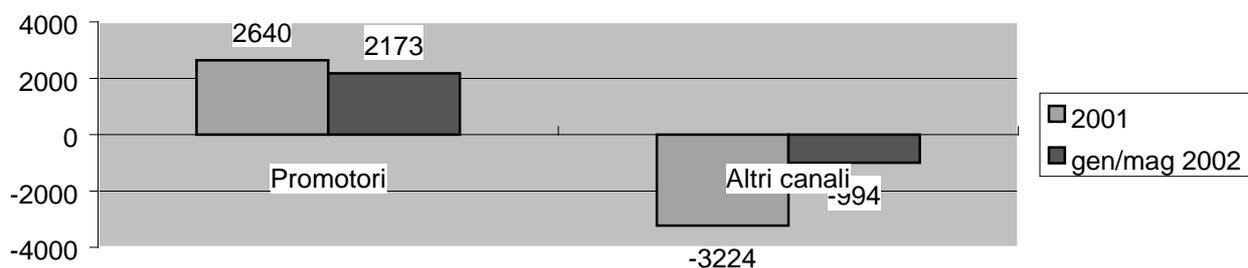
<sup>16</sup> Cfr. audizione di Banca Monte dei Paschi di Siena.

<sup>17</sup> Cfr. audizioni di Arca SGR dell'11.7.2002 e di IntesaBci.

queste ultime presuppone il raggiungimento di una massa critica operativa particolarmente consistente. L'area di copertura dei promotori risulta, in genere, limitata ai confini provinciali, pur non esistendo particolari vincoli alla loro mobilità sul territorio.

60. Le reti dei promotori mostrano un dinamismo elevato e un'effettiva capacità di fidelizzazione della clientela. Il fattore concorrenziale di maggior rilievo è il rapporto di fiducia che lega i promotori al cliente: a ciò sarebbe ascrivibile la circostanza che nel 2001, pur in presenza di una situazione congiunturale negativa, essi hanno registrato una raccolta netta positiva a fronte di un dato negativo per gli altri canali (cfr. tavola seguente). I negozi finanziari restano un fenomeno circoscritto; di norma limitano la loro operatività al *back office* dell'attività svolta dai promotori stessi; non rappresentano un canale assimilabile allo sportello bancario.

Evoluzione della raccolta netta OICR per canale distributivo



Fonte: Assoreti, dati in mln di euro

61. Le reti di distribuzione vengono remunerate attraverso la retrocessione di parte delle commissioni fissate dai fornitori dei servizi. La percentuale di retrocessione si aggirerebbe attorno all'85%-90% delle commissioni totali<sup>18</sup>.

### L'impatto della concentrazione

62. Banca di Roma e Bipop sono presenti sia sul mercato dei fondi comuni d'investimento mobiliare sia su quello della gestione su base individuale di portafogli d'investimento per conto terzi. Con riferimento alla fase produttiva, sul mercato delle gestioni patrimoniali individuali l'operazione darebbe luogo alla formazione del quarto operatore, detentore del 6,8% del mercato; i primi tre operatori detengono quote pari, rispettivamente, al 16,5%, al 9,6% e all'8,9%. Nel complesso, i primi quattro operatori disporrebbero del 41,8% del mercato nazionale<sup>19</sup>. Anche sul mercato dei fondi comuni di investimento la concentrazione determinerebbe la formazione del quarto operatore nazionale, con una quota di mercato dell'8,7%; i primi tre operatori detengono quote pari, rispettivamente, a 18,8%, a 18,5% e a 13,6%. Nel complesso, i primi quattro operatori disporrebbero del 59,6% del mercato. Nel corso delle audizioni tenute con i principali concorrenti di livello nazionale non sono state espresse particolari preoccupazioni in ordine agli effetti sulla concorrenza derivanti dalla concentrazione, tenuto anche conto dei tempi di norma necessari perché le sinergie derivanti dalla fusione possano effettivamente esplicarsi.

63. Con riferimento ai profili distributivi, le parti hanno segnalato i mercati provinciali in cui, in base ai propri dati gestionali al 31.12.2001, la quota congiunta raggiungerebbe i valori più elevati. Nel comparto delle GPM, le quote di mercato calcolate con riferimento all'attività svolta

<sup>18</sup> Cfr. audizione di Assogestioni.

<sup>19</sup> Calcolati su dati forniti dalle parti con data di riferimento 31.12.2000.

dalle banche, dalle società d'intermediazione mobiliare e dalle società di gestione del risparmio non mettono in evidenza posizioni particolarmente significative.

<i>Provincia</i>	<i>Quota di BancaRoma</i>	<i>Quota di Bipop</i>	<i>Quota congiunta</i>
Agrigento	9,7	0,8	<b>10,5</b>
Palermo	11,8	1,5	<b>13,3</b>
Catania	7,2	2,9	<b>10,1</b>
Ragusa	7,2	3,1	<b>10,3</b>
Trapani	5,4	1,3	<b>6,7</b>
Roma	15,3	1	<b>16,3</b>
Latina	16,9	3,6	<b>20,5</b>
Rieti	11,7	3,5	<b>15,2</b>
Viterbo	11,4	1,1	<b>12,5</b>
Frosinone	22,2	2,5	<b>24,7</b>
Campobasso	19,6	1,2	<b>20,8</b>
Brescia	0,06	14,3	<b>14,4</b>
Reggio Emilia	0,07	14,4	<b>14,5</b>

Dati al 31.12.2001

64. La posizione di Bipop risulta più significativa rispetto a quella detenuta sui mercati della raccolta; questa circostanza dipende sia dal peculiare assetto organizzativo della banca, imperniato sul canale distributivo costituito dai promotori finanziari (circa 1.800) e sui relativi negozi finanziari, sia dall'esistenza di accordi per la distribuzione dei prodotti del gruppo Bipop da parte di altre banche.

65. Con riferimento al comparto dei fondi comuni, i dati forniti dalle parti in ordine alla distribuzione a livello provinciale mettono in evidenza che in alcune province si determinano quote di mercato congiunte significative.

<i>Provincia</i>	<i>Quota di BancaRoma</i>	<i>Quota di Bipop</i>	<i>Quota congiunta</i>
Agrigento	27,3	0,4	<b>27,7</b>
Palermo	23,3	1,2	<b>24,5</b>
Catania	15,3	1,5	<b>16,8</b>
Ragusa	18,9	1,5	<b>20,4</b>
Trapani	16,9	0,9	<b>17,8</b>
Roma	23,9	1,5	<b>25,4</b>
Latina	32,3	4,6	<b>36,9</b>
Rieti	23,7	3,5	<b>27,2</b>
Viterbo	28,6	0,7	<b>29,3</b>
Frosinone	53,6	3,3	<b>56,9</b>
Campobasso	30	0,1	<b>30,1</b>
Brescia	0,5	32,7	<b>33,2</b>
Reggio Emilia	0,3	44,2	<b>44,5</b>

Dati al 31.12.2001

66. Le quote congiunte risultano rilevanti, in particolare, nelle province di Latina, di Frosinone, di Campobasso, di Brescia e di Reggio Emilia, in cui superano la soglia del 30%. Nelle ultime due province, tuttavia, l'apporto di Banca di Roma è marginale (non eccede lo 0,5%); anche nella provincia di Campobasso la crescita della quota in conseguenza della concentrazione è trascurabile. Nelle altre province si registra la presenza di un concorrente che dispone di una quota significativa e crescente in termini di flusso di nuove sottoscrizioni. In particolare, nella provincia di Latina un concorrente nel 2001 ha acquisito oltre il 15% delle nuove sottoscrizioni; in quella di Frosinone, il concorrente più prossimo alle parti ha fatto registrare una quota pari al 23% del flusso annuale delle sottoscrizioni.

67. Le banche di minore dimensione che operano su alcuni ambiti provinciali interessati dall'istruttoria non hanno mostrato particolari preoccupazioni in ordine all'impatto della concentrazione sui mercati locali: esse ritengono che il forte legame con il territorio e la loro capacità di corrispondere alle esigenze finanziarie di base della clientela consentono di far fronte efficacemente alla pressione concorrenziale sviluppata dagli intermediari di livello nazionale, indirizzati prevalentemente verso una fascia di mercato elevata e un'offerta di prodotti sofisticati<sup>20</sup>.

### ***Le argomentazioni delle parti***

68. Con riferimento ai mercati della raccolta bancaria, le parti ritengono che gli effetti della concentrazione siano contenuti, stante l'elevata complementarità che caratterizza le reti di Banca di Roma e di Bipop. Nei tredici mercati provinciali in cui l'operazione determina sovrapposizioni territoriali, l'apporto reciproco in termini di quote di mercato si mantiene, infatti, inferiore a un punto percentuale. La marginalità delle quote ascrivibili a Bipop è legata al fatto che gli sportelli bancari svolgono attività di *back office* per i promotori finanziari; a essi non sono, pertanto, attribuiti specifici obiettivi in termini di attività bancaria tradizionale.

69. Costituisce eccezione il mercato provinciale di Roma, in cui l'incremento apportato da Bipop (3%) risulta significativo per ragioni meramente statistiche. A tale provincia viene, infatti, attribuita l'attività *on line* di Banca Fineco, che riguarda l'intero territorio nazionale, registrata convenzionalmente presso lo sportello della banca localizzato a Roma. In un'ottica dinamica, inoltre, l'esame delle quote di mercato di Banca di Roma nelle tredici province mette in evidenza una flessione delle stesse nel biennio 2000-2001, non compensata dall'apporto di Bipop (con l'eccezione, oltre che della provincia di Roma, delle province di Brescia e di Reggio Emilia, dove peraltro la presenza di Banca di Roma risulta marginale).

70. La concentrazione, infine, non comporterebbe alcuna violazione degli impegni a suo tempo assunti dal Banco di Sicilia nell'ambito dei procedimenti relativi alle operazioni di concentrazione con Sicilcassa e con Banca di Roma. Infatti:

- i) il numero degli sportelli del gruppo Banca di Roma nella regione Sicilia si è già ridotto in misura superiore a quanto previsto da tali impegni;
- ii) nel periodo in questione la quota del gruppo Banca di Roma in termini di sportelli nella regione si è contratta, passando dal 35,5% al 29,2%;
- iii) si è registrata una riduzione più significativa di quella prevista dai provvedimenti citati anche nelle singole province interessate dalle misure correttive (Enna, Palermo, Siracusa, Catania, Messina).

71. Per quanto concerne la produzione dei prodotti finanziari, le parti ritengono che si tratti di un mercato altamente competitivo e poco concentrato. In esso la quota post-concentrazione di Banca di Roma sarebbe particolarmente contenuta e comunque largamente inferiore alle soglie considerate rilevanti nella prassi *antitrust*.

72. Con specifico riferimento alla distribuzione, ad avviso delle parti, nella maggior parte dei casi le quote di mercato post-concentrazione, calcolate a livello provinciale, risulterebbero inferiori alle soglie giudicate significative in precedenti provvedimenti riguardanti i mercati in questione. Nei limitati casi in cui tali soglie sono superate, gli incrementi della quota di mercato derivanti dalla concentrazione sono contenuti e non dovrebbero essere considerati significativi, anche per

<sup>20</sup> Cfr. audizioni di Banca Popolare del Lazio del 9.7.2002 e di Banca Agricola Popolare di Ragusa dell'11.7.2002.

l'intensa pressione competitiva a cui è sottoposto il gruppo Banca di Roma ad opera di qualificati concorrenti.

### ***Il parere dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato***

73. Nel parere espresso sull'operazione, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha rilevato che la concentrazione si caratterizza per l'elevata complementarità delle parti - in termini di distribuzione della presenza sul territorio, di specializzazione settoriale e di struttura dei canali distributivi - e determina effetti di integrazione e non di sovrapposizione. In particolare, dall'analisi strutturale emerge che i mercati dei depositi risentono in misura marginale della concentrazione; da quella comportamentale che la forte posizione di mercato detenuta dalle parti su alcuni mercati prima della concentrazione non ha generato un trattamento sfavorevole nei confronti dei clienti. Nel complesso, ad avviso dell'Autorità, dall'operazione non derivano ripercussioni apprezzabili sulle dinamiche competitive dei mercati interessati.

## **VI. CONCLUSIONI**

74. Con riferimento ai mercati provinciali della raccolta bancaria, dall'istruttoria è emerso che la concentrazione non produce effetti di restrizione della concorrenza. Le quote congiunte elevate che si riscontrano in alcune province (Agrigento, Palermo, Catania e Frosinone) sono dovute alla preesistente posizione di Banca di Roma, rispetto alla quale l'apporto di Bipop è marginale. L'analisi dei tassi d'interesse ha mostrato che la rilevante posizione di Banca di Roma in tali province non si è tradotta nell'abuso di potere di mercato. Con particolare riguardo alle province siciliane, per effetto delle dismissioni di sportelli operate dal gruppo Banca di Roma, l'acquisizione degli sportelli di Bipop in Sicilia non configura una violazione del vincolo a non aumentare gli insediamenti in Sicilia fino al 28.12.2003 imposto dal provvedimento n. 33 del 9.6.2000.

75. Nei mercati del risparmio gestito, è emerso che la concentrazione determina – con riferimento alla fase della produzione - la costituzione del quarto operatore sul piano nazionale, sia sul versante delle gestioni collettive sia su quello delle gestioni patrimoniali individuali.

76. L'istruttoria ha messo in evidenza, nei mercati del risparmio gestito, valori contenuti del grado di concentrazione, misurato dall'indice HHI, nonché la presenza di rilevanti dinamiche concorrenziali. In particolare, sono emersi elementi che segnalano un elevato grado di apertura dei mercati, quali l'aumento del numero complessivo di operatori, l'ingresso di intermediari indipendenti, anche di provenienza estera, e l'elevata mobilità delle quote di mercato, comprovata dalla rapida crescita di alcuni operatori, anche di matrice non bancaria.

77. Sotto il profilo distributivo, le risultanze istruttorie hanno rilevato l'ampia dimensione geografica dei mercati della gestione professionale del risparmio. In particolare, con riferimento al mercato della gestione collettiva, le innovazioni realizzate nei canali di collocamento, per effetto del crescente utilizzo di promotori finanziari e, in parte, della rete Internet, concorrono a limitare la possibilità di individuare segmentazioni di ordine territoriale; i meccanismi di determinazione del prezzo sono accentrati.

78. Anche il mercato delle gestioni individuali è risultato difficilmente segmentabile a livello sub-nazionale. Dall'istruttoria è emersa la tendenza all'omogeneità dei mercati della gestione professionale del risparmio; la clientela di base viene indirizzata sempre più verso prodotti standardizzati, la cui prestazione è accentrata in capo alle società di gestione del risparmio (SGR). La tendenza verso prodotti connotati da una maggiore standardizzazione e

l'accentramento progressivo dei processi produttivi limitano, anche in questo caso, la possibilità di segmentare il mercato a livello territoriale.

79. In relazione agli elementi emersi nel corso dell'istruttoria, gli effetti dell'operazione sulla struttura dei mercati della gestione professionale del risparmio e sul posizionamento dei principali operatori non risultano tali da determinare riflessi negativi sull'attitudine di questi ultimi a competere fra loro. La disaggregazione dell'analisi a livello territoriale ha messo in evidenza, nel solo mercato delle gestioni collettive, alcune province in cui i valori della quota cumulata delle parti assumono un livello significativo. L'istruttoria ha tuttavia escluso che si producano restrizioni della concorrenza in tali mercati; gli stessi operatori locali concorrenti hanno sostenuto di non sentirsi minacciati dalla concentrazione.

RITENUTO, alla luce dei predetti elementi, che l'operazione non determina la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati rilevanti che elimini o riduca in modo sostanziale e durevole la concorrenza,

#### AUTORIZZA

la concentrazione tra Banca di Roma e Bipop-Carire.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio, ai sensi dell'art. 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro il termine di sessanta giorni dalla data di notifica.

IL GOVERNATORE