

I566 - CARTASI'-AMERICAN EXPRESS

Provvedimento n. 13434

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2004;

SENTITO il Relatore Professor Michele Grillo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990 n. 287;

VISTO l'atto delle società CartaSi S.p.A. (ora SI Holding S.p.A.) e American Express Services Europe Ltd, pervenuto in data 9 aprile 2003, con il quale è stata comunicata un'intesa tra le predette società, ai sensi dell'art. 13 della legge n. 287/90, relativa all'accordo stipulato tra le predette società inerente la costituzione di un'impresa comune per l'emissione e gestione di carte di credito, denominata Iconcard S.p.A., con richiesta, in subordine, di un'autorizzazione in deroga ai sensi dell'art. 4 della stessa legge;

VISTA la propria delibera del 31 luglio 2003, con la quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi degli artt. 2 e 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle società CartaSi S.p.A (ora SI Holding S.p.A.) e American Express Services Europe Limited, volta ad accertare eventuali violazioni dell'art. 2 della legge n. 287/90 con riferimento all'accordo stipulato tra le predette società e relativo alla costituzione di un'impresa comune per l'emissione e gestione di carte di credito, denominata Iconcard S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 29 gennaio 2004, con il quale è stato disposto un ampliamento soggettivo del procedimento, nei confronti delle società CartaSi S.p.A., SI Servizi S.p.A. e American Express Europe Limited ed oggettivo, con riferimento all'accordo inerente i servizi di convenzionamento esercenti e *processing* stipulato tra il gruppo American Express e il gruppo CartaSi, nonché la proroga al 30 luglio 2004 del termine di conclusione del procedimento;

VISTA l'istanza di Visa International Service Association di partecipazione al procedimento, ai sensi dell'art. 7, comma 1, lettera b) del D.P.R. 217/98;

VISTA la comunicazione delle risultanze istruttorie inviata in data 22 aprile 2004;

VISTI gli atti delle società CartaSi S.p.A, SI Holding S.p.A., Si Servizi S.p.A., American Express Services Europe Limited e American Express Europe Limited pervenuti in data 9 giugno 2004, 11 giugno 2004 e 23 giugno 2004 con i quali sono state comunicate modifiche degli accordi relativi ai servizi di issuing, acquiring e processing;

SENTITI in audizione i rappresentanti di Deutsche Bank S.p.A. in data 11 febbraio 2004, di Banca Intesa S.p.A. in data 12 febbraio 2004, di Diners Club Europe S.p.A. in data 24 febbraio 2004, di Mastercard Europe in data 25 febbraio 2004, di American Express Services Europe Limited ed American Express Europe Limited in data 4 marzo 2004, 19 maggio 2004, 31 maggio 2004 e 23 giugno 2004, di SI Holding, CartaSi e SI Servizi in data 5 marzo 2004, 19 maggio 2004, 31 maggio 2004 e 23 giugno 2004, e di Visa in data 9 marzo 2004;

VISTI gli altri atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. PREMESSA

1. In data 31 luglio 2003, l'Autorità ha avviato, ai sensi degli articoli 2 e 14 della legge n. 287/90, l'istruttoria nei confronti delle società CartaSi S.p.A. (oggi denominata SI Holding S.p.A.) e American Express Services Europe Ltd. (di seguito Aesel) avente ad oggetto l'intesa comunicata ai sensi dell'art. 13 della legge n. 287/90, con richiesta, in via subordinata all'accertamento della non restrittività dell'accordo, di esenzione ai sensi dell'art. 4, relativa alla costituzione di un'impresa comune di natura cooperativa per l'emissione e la gestione di carte di credito.

2. L'impresa comune è denominata Iconcard S.p.A. (di seguito Iconcard o JV). Essa è finalizzata ad emettere carte di credito accettate dagli esercenti convenzionati per il circuito American Express rivolte alla clientela costituita da persone fisiche a reddito elevato e da piccole e medie imprese (carte *premium* e *small business*); le carte in questione verranno distribuite tramite le banche aderenti a CartaSi.
3. In data 17 settembre 2003, Visa International Service Association (di seguito anche Visa) ha presentato richiesta di partecipazione al procedimento, ai sensi dell'art. 7, comma 1, lettera b) del D.P.R. 217/98, richiesta che è stata accolta. Dell'accoglimento di tale richiesta è stata data comunicazione agli interessati in data 25 settembre 2003.
4. In data 7 ottobre 2003 sono stati eseguiti accertamenti ispettivi nei confronti dell'allora denominata CartaSi S.p.A. ed Aesel, nonché Iconcard, Visa, San Paolo IMI S.p.A. (di seguito San Paolo Imi), Banca San Paolo Invest S.p.A. (di seguito BSPI), Capitalia S.p.A. (di seguito Capitalia) e Banca di Roma S.p.A. (di seguito Banca di Roma).
5. In data 29 gennaio 2004, l'Autorità ha deliberato un ampliamento soggettivo ed oggettivo dell'istruttoria di cui sopra. In particolare, ha esteso l'istruttoria a SI Servizi S.p.A. (di seguito SI Servizi), società del gruppo CartaSi, e American Express Europe Ltd. (di seguito AEEL), società del gruppo American Express, relativamente all'accordo da esse stipulato concernente ai servizi di convenzionamento esercenti e *processing*.
Inoltre, l'Autorità ha tenuto conto, nell'individuazione delle parti del procedimento, della ristrutturazione societaria intervenuta nell'ambito del gruppo CartaSi S.p.A. ed avente effetto dal 1 gennaio 2004. In particolare, la società capogruppo CartaSi S.p.A., denominata SI Holding S.p.A a seguito delle modifiche societarie, ha trasferito il ramo di azienda relativo all'attività di emissione e gestione delle carte di credito, incluse le attività inerenti all'impresa comune con Aesel, ad una società di nuova costituzione denominata CartaSi S.p.A. e, pertanto, quest'ultima società è divenuta anch'essa parte del procedimento.
6. Nel corso del procedimento l'Autorità ha inoltrato alle parti e a terzi, ai sensi dell'art. 14, comma 2 della legge n. 287/90 e dell'articolo 9 del D.P.R. n. 217/98, richieste di informazioni. Nel corso del procedimento le parti e il soggetto interveniente si sono avvalsi più volte del diritto di accedere agli atti del fascicolo istruttorio e di presentare memorie.
7. La fase istruttoria si è conclusa in data 23 giugno 2004, quando si è svolta l'audizione finale di American Express Services Europe Limited, American Express Europe Limited, SI Holding, CartaSi e SI Servizi.

II. LE PARTI

8. SI Holding, costituita nel 1985 con la denominazione di Servizi Interbancari S.p.A., poi modificata in CartaSi S.p.A., è una società per azioni il cui capitale sociale è detenuto da 97 soggetti, di cui 96 banche e l'Associazione Bancaria Italiana. La ristrutturazione societaria intervenuta nel gruppo CartaSi a decorrere dal 1 gennaio 2004 non ha portato modifiche all'assetto proprietario della capogruppo, pertanto i soci principali sono i medesimi indicati in sede di avvio del procedimento: Banca Intesa con una quota di circa il 10% che deve essere elevata sino al 12,78% in considerazione di altre società del gruppo Intesa che detengono ulteriori partecipazioni; San Paolo IMI, con una quota di circa l'11%; Capitalia, con una quota (comprensiva della partecipazione detenuta dalla propria controllata Banco di Sicilia) pari a circa 9,4%; UniCredito Italiano S.p.A., con una quota pari a circa 9%; Banca Monte Paschi di Siena S.p.A. e Banco di Sardegna S.p.A., con una quota, ciascuna, pari a circa 5%; Banco Popolare di Verona e Novara SCARL e BNL Partecipazioni S.p.A., con una quota, ciascuna, pari a circa 4% e Credito Emiliano con una quota pari a circa 3%. I primi dieci soci di CartaSi detengono nell'insieme il 62% del capitale sociale. Come detto, socio di CartaSi è anche l'Associazione Bancaria Italiana (ABI) con una quota pari a circa il 2%.
Nel 2003 il gruppo CartaSi ha realizzato in Italia un fatturato consolidato (inteso come ricavi derivanti dalle vendite) pari a 930 milioni di euro circa.
9. Così come avveniva precedentemente al primo gennaio 2004, la capogruppo SI Holding svolge le funzioni di *holding* finanziaria delle società partecipate, mantenendo il potere di direzione nei confronti

delle società del gruppo¹. In particolare, SI Holding detiene e gestisce la partecipazione nell'impresa comune con Aesel oggetto della presente istruttoria.

A seguito della ristrutturazione del gruppo CartaSi, SI Holding ha cessato di svolgere direttamente le attività operative sul mercato, quali l'emissione delle carte di credito, il convenzionamento degli esercenti ed il *processing* delle transazioni; queste attività operative sono infatti ripartite tra le diverse società operative del gruppo.

10. SI Holding controlla mediante una partecipazione totalitaria CartaSi S.p.A., società di nuova costituzione alla quale è stato conferito, a decorrere dal 1 gennaio 2004, il ramo di azienda relativo all'attività di emissione delle carte di credito CartaSi e di convenzionamento degli esercenti, incluse le attività relative all'impresa comune oggetto del presente procedimento. CartaSi S.p.A. è amministrata da un consiglio di amministrazione composto da nove membri, nel quale il presidente e l'amministratore delegato assolveranno le stesse funzioni anche nella capogruppo SI Holding.

SI Holding controlla altresì SI Servizi, società preposta allo sviluppo di offerte in qualità di *service provider* e che focalizza la propria attività sui servizi di *acquiring* e *processing* delle carte di pagamento e di *marketing*.

11. Il gruppo CartaSi (di seguito anche CartaSi) opera sul mercato attraverso una fitta rete di legami con le 880 banche aderenti a CartaSi², inclusi tutti i più importanti operatori bancari del settore, per un numero di sportelli superiore ai 20.000 distribuiti su tutto il territorio nazionale.

CartaSi ha in corso contratti di licenza con Visa e Mastercard per l'emissione di carte di credito recanti tali marchi e svolge, per conto di tali circuiti, sia l'attività di *issuer* che di *acquirer*. CartaSi siede altresì nel consiglio di VISA Italia, l'articolazione italiana del circuito internazionale VISA.

12. Il gruppo American Express (di seguito anche Amex) è un importante gruppo multinazionale che offre un'ampia gamma di servizi finanziari e opera, con l'omonimo marchio, principalmente, nel settore della emissione e gestione di carte di credito, nonché del convenzionamento degli esercenti. American Express costituisce uno dei tre principali circuiti mondiali di carte di credito, accanto a Visa e Mastercard, distinguendosi da questi ultimi – come si vedrà con maggior dettaglio oltre – quale circuito proprietario e di natura non bancaria.

13. Nell'ambito del gruppo Amex, ai fini delle presente istruttoria rilevano due società Aesel ed AEEL.

Aesel è una società di diritto inglese, avente sede secondaria con rappresentanza stabile in Italia, direttamente controllata da American Express Travel Related Services Company, società costituita secondo le leggi dello Stato di New York, a sua volta controllata da American Express Company, società quotata al New York Stock Exchange. Quest'ultima società non è controllata da altra società o persona fisica. In Italia, Aesel cura l'attività di emissione e gestione delle carte di credito. Nel 2002 essa ha realizzato in Italia un fatturato (inteso come ricavi derivanti dalle vendite) pari a 128 milioni di euro.

AEEL è una società costituita secondo le leggi dello Stato del Delaware ed ha sede a Brighton nel Regno Unito.

Essa svolge l'attività relativa all'accettazione delle carte di credito presso gli esercenti (*acquiring*) e la gestione del rapporto contrattuale con i medesimi; AEEL opera in Italia anche avvalendosi dei servizi fornitile dalla sede italiana di Aesel.

III. LE RISULTANZE ISTRUTTORIE

III.1 Il settore delle carte di credito e il mercato rilevante

III.1.a Il funzionamento delle carte di credito

14. La carta di credito³ rappresenta uno strumento di pagamento alternativo al contante che permette al portatore e intestatario della carta (il "titolare") di acquistare beni e servizi senza esborso immediato di

¹ Come peraltro esplicitato all'art. 1.2. dello statuto della società di nuova costituzione CartaSi S.p.A. la quale è "*soggetta all'attività di direzione e coordinamento della capogruppo "SI Holding S.p.A."*" (doc. 497 c).

² Cfr. doc 567 memoria difensiva di CartaSi e American Express del 23 marzo 2004.

contanti; il pagamento al venditore è effettuato da colui che ha emesso la carta di credito (“emittente” o “*issuer*”), il quale poi, a scadenze prefissate, viene rimborsato dal titolare della carta; in altri termini, l’emittente concede al titolare un credito.

A fronte di questo servizio, che si considera svolto sia in favore del titolare che dell’esercente, tali clienti finali pagano un corrispettivo. Il titolare, solitamente, paga un canone annuo; la singola transazione, invece, di norma non costa nulla. Per l’esercente si verifica la situazione opposta: egli generalmente non paga nulla all’atto del convenzionamento ma paga una commissione percentuale per ogni transazione effettuata con carta di credito. Per la stragrande maggioranza delle carte di credito la rete di accettazione si estende oltre i confini nazionali, consentendo ai titolari di effettuare acquisti anche all’estero ed agli esercenti di accettare carte di titolari esteri.

15. L’attività dei soggetti che operano nel settore delle carte di credito si distingue, quindi, nell’emissione delle carte ai titolari (cosiddetto *issuing*), nel convenzionamento degli esercenti per l’accettazione delle carte (cosiddetto *acquiring*) e nella gestione della rete che rende possibili tali attività; quest’ultima attività è quella svolta dai circuiti, mentre le prime due sono svolte, rispettivamente, dagli *issuer* e dagli *acquirer*.

16. Come noto, gli accordi oggetto della presente procedura istruttoria riguardano CartaSi, ovvero il principale licenziatario in Italia, sia per l’*issuing* che per l’*acquiring*, dei circuiti internazionali Visa e MasterCard, ed il gruppo Amex. La circostanza che il gruppo Amex operi sia nell’attività di emissione delle carte di credito e convenzionamento degli esercenti – in concorrenza con CartaSi e gli altri *issuers* ed *acquirers* – che nella gestione dell’omonimo circuito – in concorrenza con Visa, MasterCard ed altri circuiti internazionali – rende opportuna una breve descrizione di entrambe le attività, che si pongono in una relazione verticale nella filiera produttiva che costituisce l’industria delle carte di credito.

Le attività a monte: la gestione dei circuiti

17. Le carte di credito emesse da Amex sono basate su un sistema di pagamento composto da tre soggetti: l’emittente (Amex, nel caso specifico, proprietario del marchio “American Express” che compare sulla carta di credito), il titolare della carta (cioè colui che usa la carta per fare acquisti) e l’esercente convenzionato (cioè colui presso il quale è possibile fare acquisti con la carta; il “convenzionamento” è effettuato dall’emittente stesso). Tale struttura tripartita è nota come “sistema a tre parti” oppure “sistema (o circuito) proprietario”. Il sistema a tre parti costituisce la struttura basilare del sistema di pagamenti con carte di credito ed è attualmente adottato da Amex e Diners.

Ad essa si sono nel corso del tempo affiancati circuiti diversi, caratterizzati (i) dalla separazione tra soggetto proprietario del marchio che contraddistingue la carta di credito, soggetto emittente e soggetto che convenziona gli esercenti e (ii) dall’introduzione di un prezzo per i servizi resi dal soggetto emittente a quello convenzionatore, denominato “*interchange fee*” (di cui si parlerà oltre). Si tratta dei c.d. “sistemi a quattro parti” o “sistemi (o circuiti) non proprietari”. Visa e MasterCard, sono i due circuiti non proprietari più noti⁴.

18. I sistemi a quattro parti sono nati per iniziativa delle banche per ovviare al limite dei sistemi a tre parti, costituito dalla scarsa capacità di un singolo soggetto – il gestore del circuito – di diffondersi a sufficienza, raggiungendo direttamente un ampio numero di titolari ed esercenti.

Nei sistemi a quattro parti il gestore dei circuiti concede a soggetti terzi la licenza per effettuare l’attività di emissione e convenzionamento. Dato che la licenza viene concessa a più di un soggetto, solitamente avviene che le transazioni coinvolgano un *issuer* diverso dall’*acquirer*, ovvero avviene che il soggetto che

³ In Italia il termine carta di credito indica un prodotto definito “*charge card*” nei paesi anglosassoni: il credito implicito nella terminologia italiana è quello concesso dalla società emittente la carta, di durata pari al periodo intercorrente tra la data in cui la spesa è stata effettuata e la data prefissata di pagamento e di ammontare pari all’ammontare della spesa stessa. Con il termine “*credit card*” nei paesi anglosassoni si indica viceversa il prodotto in Italia comunemente identificato come “*revolving*”, che consente una rateizzazione della spesa effettuata, ovvero un rimborso comunque ritardato ed effettuato in diverse *tranches*. Propriamente per *revolving* si intende il cosiddetto credito rotativo: il titolare ha un tetto di spesa massima che non deve rimborsare in un’unica soluzione ma a rate. Il rimborso consente poi al titolare di usufruire del finanziamento per un ammontare pari alla differenza fra il tetto prestabilito ed il debito ancora in essere. La funzione revolving è spesso presente nelle carte di credito, ma, benché molto utilizzata negli Stati Uniti, in Italia non ha ancora riscosso un significativo successo fra i titolari e, pertanto, resta per lo più inutilizzata.

⁴ Visa è una evoluzione del circuito BankAmericard, creato dalla Bank of America. BankAmericard aveva originariamente una struttura tripartita, provvedendo Bank of America alla gestione di tutte le fasi ed essendo essa proprietaria del marchio.

ha emesso la carta utilizzata per una determinata transazione sia diverso da quello che ha convenzionato l' esercente presso il quale la transazione è stata portata a termine.

Nei sistemi a quattro parti ogni issuer ed ogni acquirer con la sua attività generano esternalità positive a favore di tutti gli altri aderenti al circuito, ampliando il numero dei titolari e la rete di accettazione delle carte.

19. Sostanzialmente tutta l'attività dei circuiti è riconducibile alla necessità di garantire la circolarità e la sufficiente diffusione del sistema.

Perché il sistema funzioni, infatti, i circuiti debbono assicurare l'interoperabilità della rete, ovvero devono garantire che l' esercente che ha accettato una carta riceva in pagamento, tramite la propria banca, il corrispettivo della transazione e che, conseguentemente, al titolare sia addebitato, solitamente tramite la propria banca, un analogo importo. Il circuito, quindi, “*definisce le specifiche tecniche della carta (dimensione, colori, caratteristiche della banda magnetica, etc.), del terminale di accettazione e dei protocolli di trasmissione*”⁵. Stabilendo regole appropriate, il circuito deve assicurare, inoltre, che l' esercente sia pagato anche a prescindere dalla circostanza che il titolare onori il suo debito; esso cioè deve farsi garante (trasferendo ai propri licenziatari tale obbligo, nel caso dei circuiti a quattro parti) del pagamento dovuto all' esercente. Se questo non avvenisse sarebbe difficile assicurare un ambito di accettazione del circuito adeguato in quanto gli esercenti non hanno alcuna possibilità di valutare il merito di credito di titolari sconosciuti e, per tale ragione, rifiuterebbero il convenzionamento.

20. D'altro canto, solo un'adeguata diffusione del sistema rende appetibile ai consumatori finali, titolari ed esercenti, l'adesione allo stesso. In particolare, per i primi, la circostanza che vi sia un ampio numero di esercenti disposti ad accettare la propria carta di credito è un elemento fondamentale della scelta tra la carta di un circuito e quella di un altro circuito. Analogamente, per gli esercenti il vantaggio del convenzionamento ad un determinato circuito è tanto maggiore quanto più elevato è il numero dei titolari in possesso di carte di credito aderenti a quel circuito.

In un circuito a quattro parti la diffusione dello stesso è poi un elemento di cui i potenziali licenziatari tengono conto nella scelta di acquisire, a titolo oneroso, la licenza per l'emissione ed il convenzionamento di un determinato circuito.

I circuiti, pertanto, debbono prioritariamente promuovere la diffusione delle proprie carte presso i titolari e l'accettazione delle stesse da parte degli esercenti.

21. Nei sistemi a quattro parti il circuito, per il raggiungimento dei propri scopi, oltre che promuovere il marchio e dettare le regole tecniche di comportamento agli aderenti, stabilisce i costi di adesione nonché le relazioni economiche tra gli aderenti. Nel caso di Visa e MasterCard le decisioni economiche si sostanziano nel costo della licenza, nell'importo delle *fee* di circuito⁶ e nel valore dell'*interchange fee*⁷. Quest'ultima essenzialmente svolge la funzione di equilibrare gli incentivi per i licenziatari ad operare nei due lati del mercato (emissione e convenzionamento). Come si è detto, lo sviluppo equilibrato dei due lati del mercato è, infatti, essenziale per il sistema: la contrazione di una delle due attività necessariamente si ripercuote negativamente anche sull'altra.

22. I gestori dei circuiti non hanno rapporti diretti con titolari ed esercenti – che sono tenuti dai licenziatari, issuers ed acquirers – e, pertanto, “*le condizioni economiche applicate ai titolari (canone annuo, eventuale tasso di interesse, spese di invio estratto conto, etc.) nonché le modalità di attivazione (charge o revolve) sono stabilite in autonomia dagli emittenti. Questi ultimi hanno libertà assoluta nella personalizzazione*

⁵ Cfr. doc. 534a “*Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04*” nel quale si afferma anche che “*Di fatto l'offerta principale di MC [MasterCard, NdR] ai licenziatari concerne il marchio, la rete di accettazione e le infrastrutture tecnologiche*”.

⁶ I ricavi dei circuiti sono costituiti da varie fonti. Essi consistono nel costo del rilascio della licenza, commisurata al patrimonio del licenziatario, in due quote dovute dagli issuers, commisurate rispettivamente al numero di carte emesse ed al valore delle transazioni effettuate dai titolari, ed in una quota dovuta dagli acquirers, commisurata al valore delle transazioni realizzate presso gli esercenti convenzionati. Cfr. doc. 566, “*risposta richiesta di informazione del 9 marzo 2004, fonti di ricavo di Visa*”, del 22 marzo 2004.

⁷ Nella maggior parte dei circuiti a quattro parti, l'*interchange fee* è la commissione, calcolata in percentuale sul valore della transazione, che il soggetto che ha effettuato il convenzionamento dell' esercente presso cui è avvenuta la transazione versa a quello che ha rilasciato la carta al titolare che ha effettuato la transazione. In tal modo l'issuer finanzia la propria attività oltre che con i canoni annui pagati dai titolari anche con una quota percentuale (intorno allo 0,7%) del valore delle transazioni che i propri titolari effettuano.

(...) e nel pricing del prodotto”⁸. Ugualmente il circuito “non fornisce ai propri acquirer indicazioni sulle merchant fee da praticare”⁹.

Relativamente alle carte emesse con il marchio del circuito, quest’ultimo si limita a fornire “indicazioni concernenti alcune caratteristiche standard associate ai differenti tipi di carte (limiti di utilizzo minimi, servizi aggiuntivi etc.)”¹⁰ finalizzate a garantire il corretto posizionamento del proprio marchio nel mondo.

Inoltre, il circuito può offrire direttamente servizi accessori, oppure fungere da broker per i propri licenziatari che vogliono arricchire quelli di base associati a ciascuna carta. Esso inoltre può intervenire come consulente, o anche finanziariamente, a sostegno del lancio di particolari iniziative.¹¹

23. Nel complesso, quindi, nel caso dei circuiti a quattro parti “non è il marchio a connotare in modo forte il prodotto ma i servizi che la banca associa alla carta tramite accordi di co-branding di membership reward, etc.; la differenza per il consumatore non la fa il marchio ma la banca nella definizione delle caratteristiche costitutive del prodotto e dei servizi accessori”¹².

Risulta, quindi, che la competizione fra i circuiti non si svolge tanto nell’indurre i clienti finali, titolari ed esercenti, a richiedere i servizi di un circuito piuttosto che di un altro ma nell’incentivare i licenziatari a privilegiare l’attività per conto dell’uno o dell’altro circuito. In Italia, ciò rileva soprattutto, o quasi esclusivamente, nell’attività di issuing dato che solitamente l’esercente italiano convenzionato per Visa o Mastercard lo è anche per l’altro circuito. Diversamente, i circuiti si pongono in competizione reciproca, rispetto al licenziatario, per l’emissione delle carte di credito dato che ciascuna di esse può essere collegata ad un solo circuito e, di norma, il titolare non acquista contemporaneamente una carta di credito per ciascun circuito.

24. Nel complesso i circuiti a quattro parti, rispetto a quelli a tre parti, godono del vantaggio competitivo di potersi espandere con maggiore facilità.

Inoltre, essendo circuiti basati essenzialmente sull’adesione di soggetti bancari, si caratterizzano, rispetto ai circuiti proprietari, per una migliore capacità di collocamento dei propri servizi. Gli sportelli bancari, infatti, in virtù della loro capillare diffusione sul territorio e delle informazioni sui clienti di cui dispongono grazie all’attività bancaria tipica, sono in grado, meglio e ad un costo più contenuto di tutti gli altri canali distributivi, di raggiungere e selezionare titolari ed esercenti.

Tuttavia, quanto si osserva a livello internazionale induce a ritenere che i circuiti a tre parti detengano a loro volta altri tipi di vantaggi competitivi rispetto ai circuiti a quattro parti: l’offerta di servizi più sofisticati o aggiuntivi rispetto a quelli standard offerti dalle carte di credito è più sviluppato nei circuiti a tre parti. Non a caso essi, come si vedrà in seguito, sono leader nell’offerta di carte di credito premium e aziendali. La scarsa attitudine dei circuiti Visa e Mastercard ad offrire direttamente ai titolari tali servizi, si è unita ad una non propensione degli issuers a realizzare un programma di servizi altrettanto estesi quanto

⁸ Doc. 534a “Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04”.

⁹ Doc. 534a “Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04” pag. 3.

¹⁰ Doc. 534a “Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04”.

Cfr. anche Doc. 551a “Verbale audizione VISA del 9/03/04”, nel quale i rappresentanti di Visa hanno affermato che “le categorie individuate da VISA (Gold, Platinum, Infinite) definiscono gli standard minimi delle carte premium; le banche emittenti decidono i plafond di spesa e i contenuti aggiuntivi. Pertanto VISA non sa esattamente su quale segmento di clientela si posizionino le proprie carte: ad esempio, alcune carte Gold non hanno caratteristiche realmente differenti dalle carte Classic - a parte lo status che conferiscono al cliente - mentre altre possono essere di contenuti simili a quelle Amex”.

¹¹ Doc. 534a “Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04”. Cfr. anche doc. 551a “Verbale audizione VISA del 9/03/04” nel quale i rappresentanti di Visa affermano che “VISA potrebbe in effetti contribuire alla costruzione del prodotto premium attraverso l’offerta alle banche di servizi aggiuntivi. Tuttavia, in considerazione dello scarso successo ottenuto da iniziative simili in passato, VISA ha abbandonato tale opzione per tutte le categorie di carte eccetto che per la VISA Infinite, che però non ha avuto molto successo in Europa. VISA, in ogni caso, fornisce ai propri emittenti il know how e le proprie idee per il confezionamento di nuovi prodotti”.

¹² Doc. 534a “Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04”.

Addirittura, secondo i rappresentanti di Deutsche Bank – Divisione BankAmeriCard nella scelta dei licenziatari di Visa e Mastercard di emettere una carta dell’uno o dell’altro circuito “il peso dei clienti (...) è nullo, anche se Visa è un marchio più conosciuto; Visa rappresenta la carta bancaria base, mentre Mastercard è maggiormente nota per le carte revolving, e quindi connessa al servizio di erogazione del credito. Per gli emittenti è sostanzialmente indifferente, in quanto la maggiore ICF di Mastercard si contrappone a costi di gestione più elevati. Recentemente, anche in seguito alla fusione con Europay, Mastercard adotta politiche commerciali più aggressive, incentivando gli emittenti attraverso contributi alle iniziative promozionali. La concorrenza si attua quasi esclusivamente a livello di emittenti piuttosto che di circuiti” (cfr. doc.517a “Verbale audizione Deutsche Bank S.p.A. dell’11/02/04”, pag. 5).

quelli forniti dai circuiti a tre parti, determinando una debolezza dei soggetti aderenti ai circuiti a quattro parti a realizzare carte di credito di standing elevato.

Le attività a valle: l'emissione delle carte ed il convenzionamento degli esercenti

25. Le attività di emissione delle carte ai titolari e di convenzionamento degli esercenti sono quelle, rivolte direttamente a tali clienti finali, connesse alla stipula dei contratti rispettivamente di *issuing* ed *acquiring*.

Con il primo tipo di attività, si definiscono le caratteristiche della carta di credito in termini di tetto massimo di spesa, tempi di rimborso da parte del titolare, eventuali servizi aggiuntivi prestati in favore del titolare, eventuali programmi a premi, ammontare del canone annuo, costo del prelievo del contante presso gli ATM¹³, costo e modalità di invio dell'estratto conto, eventuali altri costi (quali la commissione sulle transazioni effettuate presso le stazioni di servizio del carburante), entità del tasso di interesse praticato per eventuali finanziamenti *revolving*, condizioni praticate per le carte aggiuntive e per eventi quali lo smarrimento della carta, nonché tutte le altre condizioni contrattuali, (facoltà di recesso, rinnovo automatico del contratto, ecc.). L'emittente, inoltre, può fornire importanti servizi di assistenza, quali il *call center*, che possono avere una operatività più o meno estesa (attivo 24 ore su 24, sette giorni alla settimana oppure no, con tempi di attesa molto contenuti o no, con telefonata gratuita o a pagamento, ecc.).

Ciò che distingue le carte di credito destinate ad un pubblico più esigente (ad esempio quelle oggetto dell'impresa comune fra CartaSi ed Amex) è il tetto di spesa (inesistente o molto elevato), gli elevati standard dei servizi di assistenza e l'esistenza di servizi accessori, oltre che la presenza di un marchio di prestigio. A ciò si accompagna un canone annuo generalmente più elevato.

26. Alcune attività degli *issuers* sono intrinsecamente connesse al rilascio della carta di credito. L'emittente, infatti, effettua la valutazione del merito di credito del titolare e, di conseguenza, si assume il rischio di insolvenza di quest'ultimo, rischio che – come si è detto – non grava né sull'esercente né sull'*acquirer*.

27. L'attività di **convenzionamento** degli esercenti si presta molto meno alla differenziazione dell'offerta. I contratti di *acquiring* essenzialmente si distinguono per la commissione che richiedono all'esercente; questa si colloca all'incirca fra l'1% ed il 4% del valore della transazione e varia – oltre che tra i diversi *acquirers* – per settore dell'esercente, per volumi negoziati e per importo medio della transazione. All'atto del convenzionamento, può avvenire anche l'installazione del POS (Point Of Sale¹⁴); se l'esercente è già dotato di un POS questo può essere anche adibito al passaggio delle transazioni di *acquirers* diversi. L'installazione del POS solitamente avviene a titolo oneroso, benché talvolta sia di proprietà dell'esercente (come, frequentemente, nel caso della grande distribuzione, nei cui esercizi spesso i POS sono integrati nelle casse). La concorrenza fra gli *acquirers* si svolge pertanto anche nelle condizioni praticate per l'offerta del POS. Quando un *acquirer* usufruisce del POS di terzi può, a sua volta, pagare una commissione¹⁵.

Ulteriori variabili che distinguono i contratti di convenzionamento possono essere il tempo di accredito all'esercente del valore delle transazioni, i servizi di assistenza prestati agli esercenti e la qualità della connessione telematica.

28. Ancora a valle delle attività di *issuing* ed *acquiring* si può distinguere un'ulteriore fase della filiera produttiva costituita dal **collocamento** presso i clienti finali (titolari ed esercenti) dei contratti di emissione e convenzionamento. Non necessariamente il collocamento avviene da parte di un soggetto diverso da quello che è il titolare giuridico dei rapporti con i clienti finali. Risulta, infatti, che sia nel mondo dei circuiti a tre parti che in quello dei circuiti a quattro parti, spesso gli *issuers* ed *acquirers* distribuiscono direttamente presso il pubblico i propri servizi. Tuttavia, può accadere anche che l'attività di collocamento venga delegata ad un terzo, per lo più costituito da una rete di agenti o dagli sportelli bancari, il quale propone a titolari ed esercenti, rispettivamente, l'acquisto a determinate condizioni di una carta di credito ed il convenzionamento a determinate condizioni per conto di un *acquirer*.

¹³ *Authomatic Teller Machine*; si tratta degli apparecchi, comunemente detti bancomat, che consentono il prelievo del contante fuori dagli sportelli bancari.

¹⁴ Si tratta dell'apparecchio elettronico che collega l'esercente all'*acquirer* attraverso il quale si realizza la transazione elettronica.

L'attività di collocamento, che assume un rilievo importante soprattutto per i soggetti non bancari che non dispongono di una rete di sportelli diffusa sul territorio ed in possesso di dati rilevanti sui potenziali clienti, viene remunerata da parte degli issuers ed acquirers attraverso la retrocessione di parte dei proventi percepiti da titolari ed esercenti.

Negli accordi in esame, come si vedrà con maggior dettaglio in seguito, l'attività di collocamento, distinta da quella di issuing ed acquiring, assume un rilievo particolare dato che l'impresa comune Iconcard si avvarrà delle banche aderenti a CartaSi, per il collocamento delle proprie carte e l'accordo di acquiring e processing riguarda anche il collocamento da parte di CartaSi dei contratti di acquiring di Amex.

La peculiarità di Amex

29. Nel contesto descritto il gruppo American Express si distingue – insieme a Diners – dagli altri soggetti (Visa e MasterCard e tutti i relativi licenziatari, issuers ed acquirers) per essere, in quanto circuito a tre parti, sia gestore del circuito che issuer ed acquirer delle proprie carte. Pertanto, delle attività descritte in precedenza, Amex svolge sia quelle dei circuiti che quelle dei licenziatari, con l'eccezione delle attività dei circuiti consistenti nel consentire e mantenere i rapporti fra i propri licenziatari che, nel mondo Amex non sono necessarie non essendoci – di norma – licenziatari.

30. Va subito precisato però che non è preclusa la possibilità che anche i circuiti a tre parti rilascino licenze di issuing e/o acquiring.

Tale eventualità, che come si vedrà meglio in seguito è quella che si verifica nell'accordo di issuing oggetto della presente procedura istruttoria, comporta che il circuito, nel caso di specie Amex, consenta ad un altro soggetto di emettere (attraverso il rilascio di una licenza di issuing) carte di credito circolanti sulla propria rete di accettazione, ovvero accettate dagli esercenti convenzionati da Amex. Tale eventualità non è molto frequente. Nel caso di Amex, in Italia, fino alla stipula dell'accordo in esame Amex ha rilasciato una sola licenza (di issuing) alla Divisione BankAmericard di Deutsche Bank¹⁶, come sarà descritto in seguito. Limitatamente a questa esperienza, Amex si è comportata in Italia, nell'attività di issuing, come un circuito a quattro parti: ha offerto al licenziatario i servizi tipici del circuito ma ha lasciato al licenziatario il compito di realizzare le carte di credito da emettere e di stabilirne le relative caratteristiche¹⁷.

La peculiarità di CartaSi

31. Gli elementi descritti consentono anche di inquadrare con maggiore chiarezza l'attività di CartaSi, che non svolge alcuna funzione fra quelle tipiche dei circuiti ma, piuttosto, in quanto licenziatario di Visa e MasterCard, realizza (quasi) tutte le attività proprie degli *issuers* ed *acquirers*.

CartaSi, infatti, opera solo in base alle licenze acquisite da Visa e MasterCard, osservando le regole che queste pongono, e – come per tutti gli altri *issuers* ed *acquirers* aderenti a questi due circuiti internazionali – i suoi clienti (titolari ed esercenti) di ciascun circuito possono realizzare transazioni con tutti i clienti degli altri *issuers* ed *acquirers* del medesimo circuito. CartaSi definisce le caratteristiche delle proprie carte di credito, condivide con la banca collocatrice della carta il rischio di insolvenza dei titolari e la determinazione di alcune condizioni economiche, sottoscrive tutti contratti con i clienti finali.

32. La peculiarità di CartaSi, dunque, non risiede nelle funzioni che svolge nella filiera delle carte di credito ma nella sua stessa natura e nei rapporti che, di conseguenza, intrattiene con le banche aderenti.

Come l'Autorità ha già affermato, CartaSi costituisce una “struttura organizzativa stabilmente predisposta al perseguimento di un obiettivo comune - consistente nel coordinamento della gestione delle carte di credito - attraverso lo svolgimento di un'attività anch'essa comune (...) per la quale agisce nell'interesse di

¹⁵ Come si vedrà in seguito, questo è il caso di Amex.

¹⁶ Cfr doc. 517a “Verbale audizione Deutsche Bank S.p.A. dell'11/02/04”, nel quale i rappresentanti della società affermano che “le carte DB/Amex sono state offerte alla clientela di DB; (...) Sono state emesse due tipologie di carte, le cui condizioni erano totalmente decise da DB: (...). Tale iniziativa ha avuto scarso successo, limitandosi all'emissione di qualche migliaio di carte. Ciò in quanto, pur trattandosi di carte caratterizzate da un costo minore per il titolare di quelle Amex, esse non garantivano gli stessi servizi delle carte Amex, in termini di assistenza clienti e di programmi fedeltà.”

¹⁷ Come si vedrà con maggior dettaglio in seguito, il caso di Iconcard si distingue dal rilascio della licenza Amex a Deutsche Bank in quanto, essendo Iconcard posseduta e controllata pariteticamente da Amex con il proprio partner CartaSi, Iconcard potrà beneficiare di servizi Amex che sono preclusi ai licenziatari indipendenti.

tutte le banche aderenti.”¹⁸ All’attività comune svolta da CartaSi le banche collaborano svolgendo direttamente la funzione di collocamento della quasi totalità delle carte di credito emesse da CartaSi e di una parte dei contratti di convenzionamento stipulati da CartaSi con gli esercenti. Per tali attività le banche vengono remunerate da CartaSi attraverso il meccanismo dei compensi.

Ciò che distingue CartaSi dagli altri *issuers* ed *acquirers*, dunque, non è l’esercizio di funzioni proprie dei circuiti, che non esercita, ma la presenza in essa della quasi totalità delle banche italiane, le quali hanno così scelto di operare congiuntamente piuttosto che indipendentemente¹⁹ nell’issuing e nell’acquiring²⁰.

III.1.b Il mercato rilevante

33. Ai fini della valutazione dell’intesa in esame, il mercato rilevante dal punto di vista merceologico è quello dell’attività di emissione delle carte di credito e di convenzionamento degli esercenti, comprensiva delle fasi tecniche di processazione (*processing*) delle transazioni realizzate. Tali attività rientrano nel settore della gestione dei mezzi di pagamento. All’interno di tale settore è possibile individuare vari strumenti di pagamento distinti, quali contanti, assegni e carte (di credito e di debito). Mentre, per il consolidato orientamento della giurisprudenza comunitaria²¹ e nazionale, può escludersi che contante e assegni possano essere ricompresi nei medesimi mercati delle carte di pagamento, in ragione del basso grado di sostituibilità reciproco, maggiore attenzione deve essere rivolta alle condizioni di sostituibilità all’interno delle carte di pagamento, fra carte di credito e carte di debito.

34. Con riferimento a tale questione, l’Autorità ha già avuto modo di approfondire le differenze, in termini di fungibilità per i clienti, tra le carte di credito e quelle di debito, giungendo alla conclusione che esse si collochino in mercati rilevanti distinti. Nell’ambito dell’istruttoria in corso non sono emersi elementi nuovi e diversi tali da modificare l’orientamento consolidato dell’Autorità. Al contrario, nel corso del procedimento, e in particolare dall’analisi delle caratteristiche delle carte di credito premium ed aziendali descritta in seguito, cui il procedimento in particolare si riferisce, emerge la non sostituibilità tra le carte di debito e le carte di credito premium ed aziendali. Al riguardo, anche le parti hanno affermato che *“non vi è alcun tipo di concorrenza tra le carte Amex ed il PagoBancomat. La carta di debito è un prodotto completamente differente perché la disponibilità economica della carta di debito è totalmente legata alla disponibilità sul conto corrente, per cui, in una transazione con una carta di debito, il limite di spesa è imposto dal conto corrente, mentre con una carta di credito la spendibilità prescinde dall’ammontare dei fondi disponibile sul conto corrente”*²².

Si ritiene, pertanto, che la valutazione effettuata in passato debba considerarsi ancora attuale²³.

35. Si pone, al contrario, la questione se, nell’ambito delle carte di credito, sia opportuno distinguere ulteriormente il mercato tra l’attività di emissione e quella di convenzionamento. Naturalmente, dal punto di vista della domanda si tratta di servizi non fungibili in quanto essenzialmente diversi e rivolti a soggetti appartenenti a categorie differenti. Tuttavia, il legame funzionale inscindibile fra le attività di issuing e quelle di acquiring, che le rende l’una funzionale all’altra, il fatto che in Italia vi è una sostanziale coincidenza fra i soggetti che operano nei due lati del mercato²⁴, nonché la circostanza che per una delle parti del procedimento, Amex, non vi sia in assoluto la possibilità di operare su uno solo dei due lati del mercato (perché così facendo il sistema collasserebbe, ed anche l’attività nell’altro lato del mercato si arresterebbe) induce a ritenere che il mercato rilevante debba essere individuato nell’intera gestione delle carte di credito, comprensiva dell’attività di issuing ed acquiring.

¹⁸ Parere alla Banca d’Italia (prov. 12155 del 16 giugno 2003, caso I574 – Servizi Interbancari).

¹⁹ Ciò vale anche per le banche che affiancano all’attività di collocamento dei contratti di emissione e convenzionamento di CartaSi un’attività in proprio, esercitata sulla base di una licenza di Visa e/o Mastercard.

²⁰ Cfr doc. 577, compensi banche CartaSi 2004, del 1 aprile 2004, nel quale CartaSi rinnova senza sostanziali modifiche la disciplina dei compensi alle banche aderenti già vigente nel 2003.

²¹ Si veda, ad esempio, la posizione della Commissione UE nel caso Visa International (Case COMP/29.373).

²² Cfr Doc. 542a, *“Verbale audizione Aesel e AMEX del 4 marzo 2004”*.

²³ Da ultimo la questione è stata trattata nel parere alla Banca d’Italia relativo al caso I574 – Servizi Interbancari (prov. num. 12155 del 26 giugno 2003), nonché nella segnalazione alla Banca d’Italia, ai sensi dell’art. 20, comma 6, della legge 287/90, AS243 – Servizi Interbancari, del 9 maggio 2002.

²⁴ Come si vedrà oltre, i primi cinque operatori nelle attività di issuing ed acquiring sono gli stessi e la loro quota di mercato cumulata è, nei due segmenti, molto simile: 85% nell’issuing ed 88% nell’acquiring.

Del resto, anche una diversa definizione del mercato rilevante, che distinguesse fra l'attività di issuing e quella di acquiring, non inficerebbe l'analisi che segue date le quote detenute dalle parti in ciascun lato del mercato. In ogni caso, nella valutazione che segue si terrà conto delle peculiarità dei due lati del mercato dovute alle differenti modalità operative proprie di ciascuno di essi.

36. Per quanto riguarda la definizione geografica del mercato delle carte di credito, le condizioni di emissione delle carte e di convenzionamento degli esercenti appaiono sufficientemente uniformi all'interno del territorio nazionale. Per contro, considerato che lo stesso non avviene per le condizioni praticate nei vari paesi, che l'attività è svolta in massima parte da imprese stabilite in ciascun paese e che gli accordi in esame riguardano l'emissione di carte di credito esclusivamente per il territorio italiano ed il convenzionamento dei soli esercenti nazionali, è da ritenersi che il mercato delle carte di credito rivesta, ai fini della presente valutazione, dimensione nazionale.

III.1.c La struttura dell'offerta

37. Il mercato italiano delle carte di credito è risultato in grande espansione negli anni più recenti. In particolare, dal 1998 al 2003 il numero di carte di credito in circolazione è più che raddoppiato (passando da 10.150 a 25.645) analogamente a quanto si è verificato per il numero di complessivo di operazioni e per il controvalore delle operazioni (che è passato da 15.880 milioni di euro a 35.065 milioni di euro)²⁵.

Tuttavia, dalle informazioni disponibili, che si riferiscono alle carte dei circuiti Visa e Mastercard, risulta che, in termini di diffusione ed utilizzo delle carte di credito, l'Italia si colloca dopo i maggiori paesi europei. Infatti, le carte di credito in circolazione in Italia sono meno di un quinto rispetto a quelle in circolazione nel Regno Unito, meno della metà di quelle in circolazione in Francia e poco più della metà di quelle in circolazione in Spagna²⁶. Il confronto con gli altri paesi europei lascia presumere che il mercato italiano sia caratterizzato da importanti prospettive di crescita.

Ciò vale anche per quanto riguarda il grado di utilizzo delle carte in termini di numero di transazioni complessivamente effettuate, se si considera che i circa 316 mila pagamenti effettuati in Italia si confrontano con i 4,4 milioni effettuati in Francia, i 3,9 milioni del Regno Unito, i 747 mila della Spagna.²⁷

Gli operatori del settore

38. Amex fino alla metà degli anni '80 è stato il principale operatore italiano, con una quota di mercato intorno al 40%. Altri operatori attivi nel mercato italiano erano Diners e BankAmericard.

39. Nel 1986, la nascita di Servizi Interbancari (oggi CartaSi) rappresentò l'ingresso nel mercato delle carte di credito del sistema bancario italiano. Il forte *placing power* detenuto dalle banche aderenti determinò una diminuzione significativa delle quote di mercato degli operatori esistenti, imponendo una modifica alle modalità operative di funzionamento dei due operatori non bancari, Amex e Diners.

Le due società si erano avvalse fino ad allora di una rete di agenti per il convenzionamento degli esercenti, che assicurava al loro prodotto una copertura commerciale non paragonabile a quella della rete di sportelli bancari.

40. Nel tempo, Diners ed Amex stipularono accordi di *outsourcing* con partner bancari, affidando loro la gestione dei pagamenti, da effettuarsi con le medesime modalità applicate dalle banche, e prevedendo l'utilizzo della forza vendita delle banche per l'affiliazione degli esercenti e l'emissione delle carte. Tali

²⁵ Cfr. Banca d'Italia, Relazione Annuale. Non si dispone di una stima del valore dell'intero mercato, ovvero dei ricavi realizzati in Italia da tutti i soggetti che vi operano. Tali ricavi dovrebbero essere calcolati come la somma dei proventi derivanti dai canoni annuali pagati dai titolari, da eventuali commissioni su specifiche transazioni realizzate dai titolari – quale quella frequentemente applicata per le transazioni presso i distributori di carburante, dalle commissioni pagate dai titolari per la prestazione di servizi aggiuntivi legati alla carta di credito, dalle commissioni pagate dai titolari per il prelievo del contante presso gli ATM, dalle commissioni pagate dagli esercenti per ogni transazione accettata – la merchant fee - e dalle altre commissioni pagate dagli esercenti per il mantenimento del rapporto, sull'installazione ed il funzionamento dei POS, per esempio.

Considerando che CartaSi detiene quasi la metà del mercato nazionale (il 47,7% considerando issuing e acquiring congiuntamente) e che essa non opera al di fuori del mercato delle carte di credito, si può grosso modo ipotizzare che il valore totale del mercato sia il doppio del fatturato di CartaSi, che nel 2002 era pari a circa 880 milioni di euro. Il valore del mercato, dunque, sarebbe stato, nel 2002, superiore a 1700 milioni di euro.

²⁶ Cfr. doc. 578 Eurisko, "Osservatorio sulle carte di credito".

²⁷ Cfr. doc. 578 Eurisko, "Osservatorio sulle carte di credito".

accordi prevedevano che le condizioni agli esercenti ed ogni altro aspetto della politica commerciale fossero comunque sempre decise autonomamente da Amex e Diners²⁸.

41. Per quanto riguarda gli operatori di matrice bancaria, quella concessa a BankAmericard fu la prima licenza diretta concessa in Italia da Visa. Seguì poi la licenza a Servizi Interbancari nel 1986 e, nel 1990, a BNL.

Negli anni novanta, poi, nuovi operatori, inizialmente per lo più di matrice bancaria, poi anche di diversa natura, sono entrati nel settore dell'emissione delle carte e dell'*acquiring* degli esercenti.

42. I principali operatori presenti sul mercato sono, in genere, attivi sia nell'*issuing* che nell'*acquiring*, come si evince dalla tabella 1, la quale riporta altresì il tipo di licenza di cui dispongono ovvero se si tratti di un circuito proprietario.

Tabella 1: I principali operatori del mercato italiano delle carte di credito²⁹

	Carta	Inizio attività	Sistema proprietario	Licenza Visa	Licenza MasterCard	Licenza Amex	Attività di <i>issuing</i>	Attività di <i>acquiring</i>
Diners	Diners	1958	SI	NO	NO	NO	SI	SI
Deutsche Bank	BankAmericard	1969	NO	SI	SI	SI	SI	SI
Amex	American Express	1971	SI	NO	NO	-	SI	SI
CartaSi	CartaSi	1986	NO	SI	SI	SI	SI	SI
BNL	Top Card	1990	NO	SI	SI	NO	SI	SI
Intesa	Moneta	1994	NO	SI	SI	NO	SI	SI
San Paolo	Targa	1995	NO	NO	SI	NO	SI	NO
Antonveneta	Carta Antonveneta	1995	NO	SI	SI	NO	SI	SI
Sella	Carta Sella	1996	NO	SI	SI	NO	SI	SI
Unicredito	Clarima	2001	NO	SI	SI	NO	SI	SI

Fonte: provvedimento dell'Autorità n. 10904 del 27 giugno 2002 relativo al caso 1452 – Carte di credito.

43. Il mercato delle carte di credito si presenta molto concentrato. Come si deduce dalla tabella 2, che riporta le quote di mercato dei principali operatori sull'intero mercato delle carte di credito (sia lato *issuing* che *acquiring*), il CR4 è superiore all'82%. Al pari che nei due lati del mercato presi singolarmente, i primi quattro operatori risultano essere CartaSi, Deutsche Bank, Amex ed Intesa.

²⁸ Tali accordi hanno consentito l'accredito/addebito diretto sul c/c dell'esercente/del titolare e la riduzione dei giorni di valuta, cosa che non sarebbe stata possibile per operatori non bancari se non tramite la conclusione di centinaia di accordi bilaterali con le singole banche. Gli accordi hanno permesso di ampliare significativamente la capacità di convenzionamento degli esercenti e di distribuire le carte.

²⁹ Nell'elenco non sono state incluse le società finanziarie specializzate nel credito al consumo, attive solo con carte *revolving* e le società licenziatrici di carte di debito abilitate ai circuiti internazionali.

Tabella 2: Quote dei principali operatori nel mercato delle carte di credito (valore delle transazioni)

Operatore	2000	2001	2002
CartaSi	52,50%	50,70%	47,70%
Deutsche Bank	11,10%	12,70%	13,80%
Amex	12,50%	12,00%	12,40%
Intesa	7,50%	8,10%	8,20%
Diners	5,20%	4,90%	4,70%
Banca Sella	2,40%	2,20%	2,20%
BNL	2,80%	1,80%	1,60%
Unicredito	1,00%	1,10%	1,20%
Altri	5,00%	6,50%	8,20%
<i>Tot</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
CR4	83,60%	83,50%	82,10%

Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia

44. Considerando separatamente il lato dell'*issuing* e quello dell'*acquiring* la posizione sul mercato dei singoli operatori può essere apprezzata, con riferimento esclusivamente all'*issuing*, tramite i dati relativi al valore delle transazioni effettuate dai titolari di carte di credito. Da questi risulta che i primi quattro operatori (CR4) detengono una quota di mercato sempre superiore all'80% nei tre anni considerati (tabella 3). In tale quadro, CartaSi rappresenta il *leader* assoluto del mercato, con una quota di mercato superiore al 56%, seguita da Amex (12,5%) e Deutsche Bank (9%).

Tabella 3: Quote di mercato degli operatori nell'*issuing* (valore delle transazioni).

Operatore	2000	2001	2002
CartaSi	58,74%	59,97%	56,69%
Amex	11,96%	11,03%	12,45%
Deutsche Bank	7,48%	9,07%	8,98%
Intesa	6,25%	5,75%	5,28%
Diners	5,86%	4,92%	5,08%
BNL	3,43%	1,40%	1,36%
Banca Sella	0,61%	0,72%	1,36%
Unicredito	0,99%	1,15%	1,20%
Altri	4,68%	4,68%	5,20%
<i>Tot</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>
CR4	84,43%	85,82%	83,40%

Fonte: Banca d'Italia

45. Negli anni considerati non appare essersi verificata una dinamica rilevante tra le posizioni relative dei vari operatori. CartaSi ha visto ridursi leggermente la propria quota di mercato tra il 2001 e il 2002 a favore di Amex ed alcuni operatori di minori dimensioni; ciò ha anche implicato una leggera riduzione dell'indice CR4.

Tabella 4: Posizione degli operatori nell'issuing (numero di carte emesse).

Operatore	2000	2001	2002
CartaSi	42,90%	38,89%	36,43%
Deutsche Bank	11,50%	13,04%	13,07%
Intesa	6,67%	6,62%	9,36%
Amex	4,35%	3,88%	3,69%
Diners	3,31%	3,22%	2,96%
BNL	2,91%	2,76%	2,56%
Altri	28,36%	31,59%	31,93%
Tot	100%	100%	100%

Fonte: Banca d'Italia

46. L'analisi della posizione detenuta dai medesimi operatori nell'attività di *issuing* calcolata in base al numero di carte in circolazione emesse, invece che con riferimento al valore delle transazioni realizzate dai titolari, completa il quadro informativo. Anche dalla tabella 4 risulta che, in termini di numero di carte vendute, CartaSi è in assoluto il principale operatore del mercato (emettendo il 36,5% circa delle carte in circolazione), seguito da Deutsche Bank (13%), Intesa (9,3%) e Amex (3,7%), nonché altri operatori di piccole e medie dimensioni.

47. Il confronto fra le quote di mercato in valore e la posizione degli operatori calcolata per numero di carte emesse consente, inoltre, di cogliere importanti differenze nell'importo medio annuo speso con carta di credito dal titolare di ciascun concorrente.

Le carte di credito non bancarie – Amex in particolare, ma anche Diners – mostrano di avere titolari propensi ad effettuare spese per un importo totale maggiore rispetto ai titolari delle carte bancarie.

Nell'ambito delle carte bancarie, anche CartaSi mostra di aver selezionato titolari a maggior spesa rispetto, ad esempio a Deutsche Bank o a Intesa, in quanto la quota calcolata in valore è circa una volta e mezza quella calcolata per numero di carte.

48. Anche il lato *acquiring* del mercato si presenta significativamente concentrato, con un CR4 di circa l'81% nel 2002 (si veda la tabella 5). I primi quattro operatori del lato *issuing* sono anche i primi 4 operatori sull'*acquiring*. CartaSi si conferma il primo operatore anche su tale lato del mercato, con una quota di mercato del 38,8% nel 2002, seguita da Deutsche Bank, (18,6%), Amex (12,3%) e Intesa (11,1%).

49. Il lato *acquiring* presenta una dinamica più accentuata del lato *issuing*; il grado di concentrazione è elevato, ma in diminuzione, come si evince dall'andamento della quota di mercato detenuta dai primi quattro operatori, che è passata da circa l'86% del 1999 all'80% del 2002. CartaSi, dal 1999, ha visto erodere progressivamente la propria quota di mercato, a favore di Deutsche Bank, Intesa, Antonveneta e Sella.

Tabella 5: Quote di mercato sull'acquiring (valore delle transazioni effettuate presso gli esercizi convenzionati).

Operatore	1999	2000	2001	2002
CartaSi	49,3%	46,3%	41,4%	38,8%
Deutsche Bank	15,6%	14,8%	16,4%	18,6%
Amex	13,2%	13,0%	13,0%	12,3%
Intesa	7,8%	8,7%	10,4%	11,1%
Diners	4,4%	4,6%	4,8%	4,3%
Antonveneta	3,3%	4,5%	6,3%	7,8%
Sella	1,9%	4,1%	3,6%	3,1%
BNL	2,4%	2,1%	2,2%	1,9%
Unicredito	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%
Altri	0,9%	0,9%	0,9%	0,9%
Tot	100%	100%	100%	100%
CR4	85,90%	82,80%	81,20%	80,8%

Fonte: Banca d'Italia

50. Secondo quanto affermato da alcuni operatori del settore sentiti in audizione, il lato issuing del mercato è quello maggiormente redditizio. I ricavi di tale attività sono costituiti dal canone annuo pagato dal titolare, dall'interchange fee (complessivamente meno importante rispetto al canone) e dal tasso d'interesse nel caso – sporadico – delle carte *revolving* che, se presente, costituisce la componente più rilevante³⁰.

Diversamente, sempre secondo quanto sostenuto dagli operatori sentiti in audizione, il margine sull'*acquiring* è modesto; l'unico fattore di guadagno, la *merchant fee*, tende a comprimersi nel tempo anche in ragione dell'ingresso di nuovi operatori. E' pur vero che tale osservazione delle parti dipende dalla circostanza che una quota considerevole dei ricavi dell'*acquiring* sono trasferiti all'issuing tramite l'*interchange fee*, per cui la fonte principale dei ricavi risulta essere l'*acquiring* ed il maggior margine riscontrato nell'issuing è dovuto al finanziamento che tale attività ottiene tramite l'*interchange fee* stessa.

Le tipologie di prodotti offerti: la caratterizzazione del segmento premium e aziendale

51. Mentre l'attività di *acquiring* non si presta ad una rilevante differenziazione dell'offerta, sul lato *issuing* le modalità operative ed il contenuto dei prodotti dei vari operatori presentano un certo grado di differenziazione, che assume particolare rilevanza per la fattispecie esaminata nel presente procedimento.

Come già evidenziato, i circuiti proprietari presentano un vantaggio competitivo consistente nella loro capacità di offrire servizi aggiuntivi, specialmente della categoria *Travel & Entertainment*, utilizzati per il confezionamento di carte credito personali "premium" e delle carte aziendali. A detta degli operatori, "Ciò deriva dal fatto che in un circuito a quattro parti i servizi aggiuntivi associati alle carte premium sono offerti direttamente dai singoli issuer, che, evidentemente incontrano difficoltà nell'allestimento di prodotti che necessitano anche di un coordinamento tra strutture internazionali. VISA, infatti, non offre pacchetti da collocare nell'ambito dell'offerta premium (...) mentre MasterCard ha appena iniziato a farlo. (...) Inoltre,

³⁰ Cfr. doc. 534a "Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04" pag. 3.

*i maggiori margini di Amex, derivanti dalle più elevate merchant fee applicate agli esercenti, danno a quest'ultima la possibilità di offrire servizi più ricchi*³¹.

52. Nell'ambito della gamma delle carte di credito offerte sul mercato, è possibile effettuare una prima distinzione tra carte di credito "personali" e carte di credito "aziendali".

Le carte personali hanno come *target* di clientela singoli consumatori e il titolare del conto corrente dal quale la banca emittente attinge per regolare i pagamenti è anche il titolare della carta di credito. Le carte di credito aziendali sono invece rivolte ad aziende di medie dimensioni e professionisti (carte *small business* o *business*) o a grandi aziende (*corporate*) e vengono utilizzate dai dipendenti per le spese effettuate nell'ambito della loro attività lavorativa; il conto corrente di riferimento è tendenzialmente quello dell'impresa. Inoltre, le carte aziendali, rispetto alle carte personali, offrono generalmente servizi aggiuntivi, orientati alle esigenze delle imprese, che le utilizzano anche come strumento di controllo di gestione.

53. Nel 2002 le carte di credito personali rappresentano la componente significativamente più numerosa delle carte di credito attive (93% circa). Le carte aziendali presentano però un grado di utilizzo più elevato delle carte personali: in termini di valore e numero di operazioni, infatti, la percentuale delle carte personali nel 2002 scende rispettivamente al 84% e 86% circa; il valore medio per operazione è inoltre superiore per le carte aziendali³².

54. Nell'ambito delle carte personali, assume inoltre rilevanza la distinzione tra carte di credito cosiddette "premium" e carte "base", in ragione dei limiti di spesa, dei servizi aggiuntivi che vengono offerti ai titolari e, quindi, dei costi annui di emissione.

In particolare, sono collocabili all'interno delle carte *premium* una serie di carte di credito che garantiscono al titolare, rispetto alle carte di credito base, una gamma di servizi aggiuntivi, quali, ad esempio, una linea di credito più ampia (ovvero illimitata o da concordare), servizi accessori di tipo assicurativo e assistenziale, servizi di *Travel&Entertainment*, la possibilità di beneficiare di programmi fedeltà del tipo *membership rewards*, collegati normalmente a servizi di tipo turistico, nonché convenzioni con catene alberghiere, autonoleggi, grande distribuzione.

55. Le carte *premium* sono destinate ad una clientela con potere d'acquisto medio-alto, che attribuisce particolare valore al fatto di poter usufruire di una linea di credito elevata o illimitata, ai servizi accessori forniti dalle carte *premium*, nonché allo *status* che deriva dal possesso di tali tipologie di carte; tale clientela presenta inoltre un grado di rischiosità giudicato dall'emittente o dal collocatore congruo rispetto all'elevato o inesistente limite di credito concesso. Nella categoria di carte *premium* vanno ricomprese la maggioranza delle carte *co-branded* e *affinity*, che offrono servizi "comuni" (sconti, premi, accessi riservati) disegnati specificatamente per la categoria di consumatori che si caratterizza per esser cliente o aderente alle imprese/associazioni con le quali l'emittente stipula l'accordo di *co-branding*.

56. Le carte di credito base sono invece destinate al cd. *mass market*, ovvero ad una clientela di reddito non elevato, che non presenta particolari esigenze ulteriori rispetto alla funzione di mezzo di pagamento e alla disponibilità di credito e ai servizi assistenziali e assicurativi minimali garantiti da tale tipologie di carte; tale clientela, inoltre, può non presentare un merito di credito valutato dagli emittenti o dai soggetti collocatori sufficiente per concedere la disponibilità di limiti di spesa elevati.

Da indagini effettuate su un campione rappresentativo di famiglie italiane, risulta che circa l'80% dei titolari di carte di credito possiede solo la carta base (personale), il 16% possiede esclusivamente la carta premium (personale) e il 4% le possiede entrambe³³.

³¹ Doc. 545 "Verbale audizione CartaSi del 5.03.04". Cfr. anche il doc. 551a "Verbale audizione VISA del 9/03/04 c/o B. d'I" pag. 5, nel quale si afferma che "VISA potrebbe in effetti contribuire alla costruzione del prodotto premium attraverso l'offerta alle banche di servizi aggiuntivi. Tuttavia, in considerazione dello scarso successo ottenuto da iniziative simili in passato, VISA ha abbandonato tale opzione per tutte le categorie di carte eccetto che per la VISA Infinite, che però non ha avuto molto successo in Europa. VISA, in ogni caso, fornisce ai propri emittenti il know how e le proprie idee per il confezionamento di nuovi prodotti".

³² Elaborazioni su dati Databank.

³³ Cfr. doc. 578 Eurisko, "Osservatorio sulle carte di credito".

57. Nell'ambito delle carte aziendali, invece, la distinzione tra carte premium e carte base non appare di rilievo. Infatti, tale distinzione non è effettuata da tutti gli operatori del mercato, o comunque è effettuata in modo non omogeneo³⁴.

Inoltre, pur esistendo sul mercato una gamma differenziata di carte aziendali, queste presentano tutte, tendenzialmente, caratteristiche che le accomunano alle carte premium personali, sia in termini di limiti di spesa che di servizi aggiuntivi.

58. La presenza di servizi aggiuntivi e di un elevato limite di credito trova corrispondenza nel canone annuo pagato dal titolare.

Tra le carte personali, le carte premium presentano canoni superiori a quelli delle carte base; i canoni delle carte base non superano tendenzialmente i 30 euro, mentre quelli delle carte premium possono anche superare i 500 euro per le carte cosiddette Platino (ad esempio la carta Platino di Amex costa 516 euro); ad un livello ancora superiore si pongono le carte cosiddette Black, che però Amex non commercializza in Italia e che CartaSi non emette affatto. All'interno delle carte *premium*, inoltre, esiste tendenzialmente una relazione positiva tra il valore del canone ed i servizi forniti dalla carta (limite di credito e servizi aggiuntivi).

59. Le carte aziendali presentano prezzi superiori alle carte base, e si collocano nell'intervallo dei prezzi delle carte *premium*; la stessa carta può però essere collocata sul mercato a prezzi estremamente differenziati, in quanto il canone effettivamente applicato a ogni impresa cliente è il risultato di una contrattazione bilaterale tra questa e l'emittente. Per le carte aziendali, quindi, la relazione positiva tra il canone medio effettivamente applicato e i servizi forniti dalla carta è definita in modo meno netto che per le carte premium personali.

60. Da quanto esposto, emerge come, nell'ambito dello spettro di differenziazione evidenziato, all'interno del mercato delle carte credito sia possibile individuare un segmento rilevante, che ricomprende sia le carte personali *premium* che le carte aziendali (di seguito carte premium e aziendali), distinto dal segmento delle carte personali base (di seguito carte base).

Dalla documentazione acquisita nel corso del procedimento, nonché nel corso delle audizioni, è risultato che generalmente gli operatori si riferiscono al segmento "*premium*" per ricomprendere sia le carte premium personali che l'insieme delle carte aziendali, e che descrivono le caratteristiche operative di tale segmento in modo unitario³⁵.

In tale segmento si presentano peculiarità operative e dinamiche competitive più complesse di quelle che caratterizzano il segmento base, nell'ambito delle quali assumono particolare rilevanza, rispetto al segmento base, strategie di differenziazione del prodotto, di segmentazione della clientela e la ricerca di nicchie di mercato che richiedono il disegno e lo sviluppo di prodotti sofisticati.

61. Rileva puntualizzare come la definizione sin qui delineata del segmento premium e aziendale è fondata sul raffronto dei prezzi e dei servizi delle carte offerte dai vari operatori. La classificazione di una data carta quale premium o base, può pertanto risultare differente dalla quella che i singoli operatori effettuano al loro interno avendo a riferimento esclusivamente le carte da loro emesse. Inoltre, tale ampia definizione del segmento premium comporta che al suo interno le carte siano significativamente differenziate.

62. La tabella 6 evidenzia l'ambito di operatività prevalente dei principali emittenti del mercato³⁶. Le carte Diners, per prezzo e servizi offerti, sono interamente collocabili nel segmento premium e aziendale, così come appena definito. L'attività di Amex si concentra prevalentemente in tale segmento, in quanto anche la

³⁴ Ad esempio, CartaSi offre le carte "business" e "business oro", ma non offre una carta corporate "base" dato che commercializza esclusivamente la "corporate argento" e la "corporate oro"; Amex offre le carte "small business green", "small business gold", e una carta Corporate; Diners non effettua questo tipo di distinzioni nell'ambito delle carte aziendali; nemmeno Visa, a livello di definizione delle caratteristiche standard che le carte emesse dai propri licenziatari debbono avere, effettua tale tipo di distinzione dell'ambito delle carte aziendali.

³⁵ Cfr. ad esempio doc. 47 "Progetto di sviluppo del segmento Premium" giugno 2002; doc. 545d di CartaSi "Documento a supporto dell'audizione presso l'Autorità", 5 marzo 2004.

³⁶ Rielaborazioni da doc. 525 "risposta a richiesta informazioni del 9/02/04. Comunicazione volume transazioni titolari carte di credito circuito Diners", doc. 539 "trasmissione nuova versione All. 1.3 e 1.4 risposta Aesel a richiesta informazioni del 12.12.2003", doc. 527

sua carta personale standard (la carta verde) presenta contenuti più sofisticati delle principali carte base del mercato, quelle emesse da CartaSi, e prezzi notevolmente superiori. CartaSi, Deutsche Bank e Intesa operano invece prevalentemente nel segmento base.

Amex ha aumentato, negli anni considerati, la propria presenza sul segmento base, mentre gli altri operatori, prevalentemente attivi su tale segmento mostrano una leggera espansione nel segmento premium e aziendale.

Tabella 6: Percentuale dell'attività degli operatori svolta nel segmento premium e aziendale (valore delle transazioni)

Operatore	2000	2001	2002
Diners	100%	100%	100%
Amex	[94%-99%] ³⁷	[94%-99%]	[94%-99%]
Deutsche Bank	[18%-23%]	[25%-30%]	[25%-30%]
CartaSi	[15%-20%]	[15%-20%]	[15%-20%]
Intesa	[3%-8%]	[3%-8%]	[3%-8%]

Fonte: elaborazioni su informazioni fornite dagli operatori

63. Esiste pertanto un certo grado di specializzazione dei vari emittenti che determina, naturalmente, anche un certo grado di segmentazione nel confronto competitivo dei vari emittenti³⁸. Il segmento delle carte base è presidiato dagli *issuer* dei circuiti Visa e Mastercard, che nell'ambito del segmento premium e aziendale sono presenti con carte di qualità inferiore a quelle emesse dai circuiti proprietari.

64. Secondo la definizione del segmento premium e aziendale sinora descritta - che ricomprende le carte aziendali e le carte personali con canoni che superano approssimativamente i 30 euro - detto segmento rappresenta circa il 28% del totale del mercato delle carte di credito (in termini di valore delle transazioni) e tale percentuale appare sostanzialmente costante dal 2001.³⁹

Tuttavia, tale segmento di mercato appare poco sviluppato in confronto ad altre realtà europee; secondo la prospettazione di alcuni operatori sentiti in audizione, in Italia la penetrazione delle carte premium si colloca "(...) *ben al di sotto delle percentuali realizzate da paesi simili, come la Spagna (...)*".⁴⁰ Il segmento premium, proprio in considerazione della sua attuale scarsa dimensione, appare costituire l'area di operatività maggiormente attraente per gli operatori, essendo "(...) *quello che offre le maggiori prospettive di sviluppo (...)*".⁴¹ Anche in uno studio effettuato dalle parti è previsto un aumento significativo delle carte di credito premium personali e delle carte aziendali nel prossimo quinquennio, con un tasso medio annuo di crescita del [18%-23%].⁴²

65. In tale documento è altresì previsto che tale sviluppo avverrà prevalentemente attraverso il canale bancario, che in Italia costituisce il canale distributivo privilegiato delle carte di credito.

E ciò accade anche in considerazione delle specificità di tale canale: "In Italia le prospettive di crescita sono elevate, tuttavia vi è una scarsa consapevolezza del cliente, il quale è per lo più soggetto passivo nella scelta della carta di credito (...). Infatti il cliente è particolarmente orientato dalla proposta della sua banca, non

³⁶ "Risposta richiesta informazioni dell'11/2/04" di Deutsche Bank, doc. 568 "integrazione richiesta informazioni del 12/12/03" di CartaSi, doc. 537 "dati richiesti in corso di audizione del 12.02.04. Andamento carte Moneta e CartaSi del Gruppo Intesa".

³⁷ Nella presente versione alcuni dati sono stati omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

³⁸ Ad esempio, Diners ha affermato che "per quanto riguarda Diners, il confronto competitivo avviene in particolar modo con le carte Amex, in quanto le carte emesse da CartaSi sono per lo più rivolte ad un segmento di clientela differente". Doc. 531a "Verbale audizione Diners Europe del 24/02/04", pag. 3

³⁹ Rielaborazioni su doc. 556 "risposta richiesta informazioni del 09/02/2004" di Visa, doc. 520a "risposta a richiesta di informazioni del 9/02/04" di Mastercard, doc. 525 "risposta a richiesta informazioni del 9/02/04. Comunicazione volume transazioni titolari carte di credito circuito Diners", doc. 539 "trasmissione nuova versione All. 1.3 e 1.4 risposta Aesel a richiesta informazioni del 12.12.2003".

⁴⁰ Doc. 545 "Verbale audizione CartaSi del 5.03.04"

⁴¹ Cfr. doc. 534a "Verbale audizione Mastercard Europe del 25/02/04" pag. 6.

⁴² Cfr. doc. 47 "Progetto di sviluppo del segmento Premium" giugno 2002.

distinguendo le carte in funzione di una propria specifica convenienza. (...) In questo contesto il potere delle banche di orientamento del consumatore è molto forte anche perché quest'ultime inseriscono la carta nell'ambito di un pacchetto di servizi offerti al cliente ed è dunque difficile che quest'ultimo si discosti dal pacchetto in funzione della carta"⁴³

66. Parte dell'attrattività per gli operatori del segmento premium e aziendale deriva anche dalla consistente redditività generata da questa tipologia di carte. Infatti, tali carte, e in particolare le carte personali, presentano canoni annuali particolarmente elevati; inoltre, garantiscono volumi delle transazioni maggiori di quelle base e quindi maggiori ricavi derivanti dall'*interchange fee*⁴⁴. Ad esempio, il margine operativo netto per carta di CartaSi delle carte gold, business e corporate, risulta significativamente più elevato di quello della carta classic (*[omissis]*)⁴⁵.

67. Come emerge dalla tabella 7⁴⁶, il segmento premium e aziendale, così come definito sopra, risulta particolarmente concentrato: nel 2002 ai primi due operatori (Amex e CartaSi) faceva capo circa il [69%-74%] del volume delle transazioni generate in tale segmento; il [90%-95%] delle transazioni è generato da quattro operatori. CartaSi è il primo operatore anche in tale ambito, anche se la sua operatività si concentra soprattutto sulle carte di livello inferiore del segmento. Amex si pone come il principale concorrente di CartaSi, seguito da Diners, ma si pone come sicuro leader del livello più elevato del segmento premium e aziendale.

Tabella 7: Rilevanza dei principali operatori nel segmento premium e aziendale (valore delle transazioni effettuate dai titolari)

Operatore	2000	2001	2002	Var. 2000-2002
CartaSi	[35%-40%]	[35%-40%]	[35%-40%]	[0-5%]
Amex	[33%-38%]	[33%-38%]	[33%-38%]	[-5%-0]
Diners	[15%-20%]	[15%-20%]	[15%-20%]	[-5%-0]
Deutsche Bank	[5%-10%]	[5%-10%]	[5%-10%]	[0-5%]
Intesa	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
Altri	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]
Tot	100%	100%	100%	

Fonte: elaborazioni su informazioni fornite dagli operatori

68. Dalla tabella 7 emerge anche come l'importanza degli operatori tradizionalmente presenti soprattutto sul segmento base sia aumentata nel segmento premium, a discapito dei circuiti proprietari.

⁴³ Doc. 531a "Verbale audizione Diners Europe del 24/02/04", pag.3.

⁴⁴ Ciò in quanto tali carte hanno generalmente limiti di spesa superiori alle carte base, sono rivolte ad un *target* di clientela personale con reddito medio alto o sono utilizzate, nel caso delle carte aziendali, per spese effettuate dai dipendenti delle imprese nell'ambito dell'attività lavorativa.

⁴⁵ Cfr. doc 121 - "Redditività issuing CartaSi" del 16/4/2003.

⁴⁶ Rielaborazioni da doc. 556 "risposta richiesta informazioni del 09/02/2004" di Visa, doc. 520a "risposta a richiesta di informazioni del 9/02/04" di Mastercard, doc. 525 "risposta a richiesta informazioni del 9/02/04. Comunicazione volume transazioni titolari carte di credito circuito Diners", doc. 539 "trasmissione nuova versione All. 1.3 e 1.4 risposta Aesel a richiesta informazioni del 12.12.2003", doc. 527 "Risposta richiesta informazioni dell'11/2/04" di Deutsche Bank, doc. 568 "integrazione richiesta informazioni del 12/12/03" di CartaSi, doc. 537 "dati richiesti in corso di audizione del 12.02.04. Andamento carte Moneta e CartaSi del Gruppo Intesa".

La posizione del gruppo CartaSi

69. Come si è detto, il gruppo CartaSi (di seguito CartaSi) opera in Italia, in qualità di soggetto di natura consortile, come issuer ed acquirer quale licenziatario dei circuiti Visa e Mastercard per conto di 880 banche italiane ad esso aderenti. CartaSi è l'operatore *leader* nel mercato italiano, con quote di mercato di assoluto rilievo sia sul lato *issuing* che sul lato *acquiring*. In particolare, detiene una quota di mercato di circa il 57% sul lato *issuing* nel 2002 (tabella 3) e del 39% circa sul lato *acquiring* (tabella 5). Inoltre, a CartaSi fanno capo circa il 36% delle carte in circolazione in Italia nel 2002 (tabella 4).

70. Dalle risultanze istruttorie emerge come alcune importanti banche aderenti a CartaSi abbiano in progetto di iniziare o potenziare l'attività di emissione in proprio rispetto al collocamento di carte emesse da CartaSi.

In particolare, il gruppo San Paolo ha in corso di realizzazione un progetto volto all'emissione e la gestione di carte di credito, con particolare riferimento alle carte *revolving*⁴⁷.

Il gruppo Capitalia ha ideato un progetto, volto all'emissione di carte di credito proprie, quale licenziatario diretto del circuito MasterCard; tali carte potranno presentare la funzionalità charge e/o la funzionalità revolving⁴⁸. Non si conosce l'eventuale decisione di attuare tale progetto, che potrebbe condurre alla cessazione del collocamento di carte CartaSi: la "*strategia di penetrazione commerciale*" prevede infatti, tra l'altro, la "*conversione di carte CartaSi in scadenza con carte Capitalia*"⁴⁹.

Il gruppo Intesa, che già opera sia come licenziatario diretto di Visa e Mastercard - emettendo le carte "Moneta" - che collocando le carte emesse da CartaSi, "*ha deciso di privilegiare l'emissione diretta di carte in quanto i margini risultano superiori: le emissioni di carte CartaSi da parte di banche del gruppo Intesa tendono, seppur gradualmente, a ridursi. (...)L'azienda persegue l'obiettivo di emettere solo carte proprie ed è prevedibile che nell'arco dei prossimi due anni le carte CartaSi non saranno più collocate, se non per i clienti che non vorranno passare alla Carta Moneta.*"⁵⁰

CartaSi stessa, nel corso dell'audizione, ha manifestato l'esistenza un "rischio di ridimensionamento della società, provocato dalla fuoriuscita dei grandi gruppi"⁵¹.

71. Allo stato, tale iniziative, pur segnalando l'esistenza dell'esigenza, all'interno delle grandi banche, di autonomia rispetto al sistema CartaSi, non paiono aver raggiunto uno stadio di realizzazione tale da mutare la posizione di CartaSi nel mercato.

Anche ove tali iniziative fossero attuate, le stesse non sembrano mutare il quadro concorrenziale del settore fin tanto che tali operatori operano contestualmente anche all'interno di CartaSi, quali soci ed aderenti di importanza strategica essenziale. Si noti che, attualmente, fanno parte del Consiglio di Amministrazione di CartaSi o di SI holding per il triennio 2003-2005, figure significative di Capitalia, San Paolo IMI e Intesa, oltre che di Unicredito, per il settore carte di credito⁵². Gli stessi gruppi sono i principali azionisti di CartaSi⁵³. Ciò rende le descritte iniziative commerciali difficilmente interpretabili quali azioni effettivamente competitive.

72. Per altro verso, si rileva come la minaccia percepita da CartaSi, consistente della ricerca, da parte di grandi gruppi bancari, di maggiore autonomia rispetto al sistema CartaSi, fa emergere l'esigenza dell'organismo consortile di elaborare strategie per rafforzare il legame con i grandi gruppi.

L'attività sul lato issuing

73. CartaSi per il collocamento delle proprie carte di credito si avvale quasi esclusivamente del canale di distribuzione bancario, consistente in più di 20.000 sportelli distribuiti su tutto il territorio.

⁴⁷ Doc. 233 "*Verbale del Consiglio di amministrazione - 2001*" del 18/12/2001.

⁴⁸ Cfr., ad esempio, doc. 338 "*Carte Capitalia*" del 1 agosto 2003; doc. 332 "*Presentazione Capitalia*" del 7 febbraio 2003; doc. 348 "*Presentazione Capitalia*" del marzo 2003; doc. 329 "*Presentazione di Mastercard a Capitalia su proprio circuito*".

⁴⁹ Doc. 338 "*Carte Capitalia*" dell'1 agosto 2003.

⁵⁰ Doc. 518a "*Verbale audizione Banca Intesa del 12/02/04*".

⁵¹ Doc. 545 "*Verbale audizione CartaSi del 5.03.04*".

⁵² Cfr. doc.574 "*Riscontro richiesta informazioni del 23/03/04 CartaSi*" e doc. 545b "*Statuto di CartaSi*".

⁵³ In particolare, Intesa è il primo azionista con una quota del 12,78%, seguito da San Paolo IMI (11%), Capitalia e Unicredito (9%).

74. Nella figura 1 sono riportate le principali tipologie di carte di credito emesse da CartaSi, ordinate in modo crescente per il canone applicato ai titolari⁵⁴.

La tipologia di carta di credito emessa da CartaSi maggiormente diffusa è la CartaSi Classic (che è una carta personale base), dalla quale deriva circa il [74%-79%] del valore delle transazioni generato dalle carte emesse da CartaSi nel 2002. Tale carta presenta limiti di utilizzo che arrivano intorno ai 2.000 euro ed alcuni servizi aggiuntivi, più che altro assistenziali, che possono anche essere a pagamento. Il canone di tale carta effettivamente praticato dalle banche si aggira intorno ai 23 euro. L'insieme delle carte personali base rappresentano, in termini percentuali, per il 2002 l'[80%-85%] del valore delle transazioni delle carte emesse da CartaSi (cfr. tabella 6).

A prezzi più elevati, sempre in termini effettivi, dai 30 ai 127 euro, sono offerte le carte premium personali e aziendali, che si caratterizzano per un limite di spesa più elevato (ad esempio 8.000 euro la CartaOro, 11.000 euro la CartaSi Corporate Oro, 26.000 euro per Carta Platinum), servizi assistenziali, nonché alcuni servizi assicurativi e collegati ad esigenze di viaggio e d'affari. Esiste pertanto tendenzialmente una relazione positiva tra il costo di ciascuna tipologia di carte di credito e la "qualità" della carta, in termini di servizi aggiuntivi offerti ai titolari e limiti di credito.

75. Dall'analisi delle diverse tipologie di carte di credito di CartaSi sembrerebbe, comunque, che la principale caratteristica che differenzia le carte base da quelle premium e aziendale consista essenzialmente nel limite di utilizzo. Come evidenziato da CartaSi stessa, infatti *"l'offerta in questo segmento faceva leva soprattutto sui connotati di status legati a tali prodotti più che sul contenuto di servizi ad essi associati"*⁵⁵. Inoltre, dalla documentazione istruttoria emerge come la stessa CartaSi ritenga che, nel segmento *premium*, *"l'offerta SI e l'offerta bancaria in genere non sono competitive"*, essendo carente delle caratteristiche necessarie per detenere un primato in tale segmento, quali l'utilizzo di un marchio riconosciuto, la presenza di adeguati servizi aggiuntivi e programmi a premi, nonché l'assenza di limiti di spesa⁵⁶.

76. Nell'ultimo triennio, CartaSi ha aumentato il valore delle transazioni generato da tutte le tipologie di carte di credito da lei emesse; tale espansione ha riguardato in particolar modo le carte base, sebbene il peso delle carte del segmento premium e aziendale sia aumentato rispetto all'attività totale di CartaSi.

Dalla documentazione raccolta nel corso del procedimento emerge come nel triennio 2000-2002 CartaSi non abbia apportato significative innovazioni ai servizi aggiuntivi delle sue carte *premium*⁵⁷. Per altro verso, rileva osservare come *[omissis]*⁵⁸.

L'attività sul lato acquiring

77. Sul lato *acquiring*, il gruppo CartaSi opera con propri agenti e attraverso le banche aderenti, per convenzionamento degli esercenti per i circuiti Visa e Mastercard. La proposta agli esercenti dei contratti di convenzionamento per i circuiti di cui CartaSi è licenziataria avviene sia direttamente, tramite la rete di agenti di CartaSi, che tramite le banche aderenti. Queste, nella loro attività, fanno riferimento alle indicazioni di CartaSi, la quale è titolare di tutti i rapporti giuridici con gli esercenti, nonché percepisce i proventi economici dell'attività di *acquiring*. Come si è detto, le banche sono poi remunerate da CartaSi, la quale retrocede alle stesse una parte della merchant fee. L'entità di tale retrocessione, che avviene tramite il meccanismo dei cosiddetti compensi, è legata alla misura della partecipazione di ciascuna banca al business ed alle condizioni economiche praticate agli esercenti. Le banche, infatti, godono di una certa autonomia formale nella fissazione delle merchant fee che CartaSi percepisce da ciascun esercente; le decisioni in tale ambito, tuttavia, contribuiscono a determinare il livello dei compensi percepiti da ciascuna banca aderente.

78. Per quanto riguarda il *processing*, risulta che parte delle attività sono effettuate da una società del gruppo, SI Servizi; le funzioni informatiche di autorizzazione, clearing e di elaborazione dei flussi della rendicontazione sono invece effettuate da una società esterna, SSB.

⁵⁴ Rielaborazioni da doc. 568 "integrazione richiesta informazioni del 12/12/03" di CartaSi. CartaSi ha fornito il prezzo applicato in media dalle banche aderenti a CartaSi, distinguendo tra le carte dei circuiti Visa e Mastercard; i prezzi riportati in tabella rappresentano il dato medio, ponderato per i volumi generati da ogni carta, di tali due classi di prezzi.

⁵⁵ Doc. 545 "Verbale audizione CartaSi del 5.03.04"

⁵⁶ Cfr. doc. 47 "Progetto di sviluppo segmento Premium" del 13 giugno 2002.

⁵⁷ Doc. 568 "Tabella caratteristiche carte CartaSi 2000-2002".

La posizione del gruppo Amex

79. Come visto, Amex dal lato *issuing* è in Italia il secondo operatore, con una quota del 12,5% nel 2002 in termini di valore delle transazioni (tabella 3); le carte emesse da Amex rappresentano il 3,7% delle carte in circolazione in Italia nel 2002 (tabella 4). Sul lato *acquiring* (tabella 5) si colloca invece come terzo operatore nel 2002, con una quota di mercato del 12,3%.

L'attività sul lato issuing

80. Amex si caratterizza per essere il *leader* mondiale nel segmento premium e aziendale, emettendo una gamma di carte di credito prevalentemente orientate ad una clientela di reddito elevato e alle imprese caratterizzate da un "*alta propensione all'uso delle carte di credito. Per questo, le carte Amex si rivolgono a circa un 10-15% dei potenziali titolari di carte di credito*"⁵⁹.

La quasi totalità di carte di credito emesse da Amex non presenta alcun limite di spesa; le carte possono offrire, oltre che servizi assistenziali e assicurativi, agevolazioni connesse con esigenze di viaggio e programmi premi (*Membership Rewards*⁶⁰). Il marchio Amex stesso conferisce inoltre alla titolarità di tali carte uno status elevato.

Anche per Amex, il costo delle diverse tipologie di carte di credito emesse (fig. 1) dipende tendenzialmente dai servizi aggiuntivi offerti ai titolari, ovvero dalla "qualità" delle carte.⁶¹

81. In considerazione del prezzo delle carte Amex e delle loro caratteristiche, la quasi totalità delle carte personali di Amex è qualificabile nella tipologia *premium*, nell'accezione già definita, con l'eccezione delle carte Essential, Blu Revolve e di alcune altre carte raggruppate nella categoria residuale "Altre personali base".

Ciò in quanto, ad esempio, anche la carta verde Amex ("Standard Personal"), pur costituendo, nell'ambito della gamma delle carte offerte da Amex, un modello "base" a larga diffusione, rivolto ad un target di clientela "*pre-affluent*"⁶², in realtà presenta caratteristiche, anche economiche, tali da consentire di qualificarla come carta *premium* nell'ambito della gamma dei prodotti offerti sull'intero mercato delle carte di credito da operatori bancari e non. Infatti, il prezzo di tale carta è circa tre volte quello della "CartaSi base" ed è anche maggiore di quello della "CartaSi Oro".

82. Seguendo tale ripartizione, emerge la preminente significatività per Amex dell'attività nel segmento premium e aziendale; le carte premium e aziendali hanno generato, nel 2002, il [94%-99%] circa del valore delle transazioni delle carte Amex (cfr. tabella 6)⁶³.

Dal 2000 si è verificata un'espansione dell'attività di Amex in tutte le tipologie di carte; in termini percentuali sull'attività di Amex, tale espansione ha riguardato in particolar modo le carte base, mentre si è contratta leggermente la rilevanza del carte premium e aziendali.

83. Il gruppo Amex per la distribuzione delle proprie carte di credito si avvale prevalentemente di molteplici canali "diretti" descritti in seguito. A tali canali, dagli anni '80 in poi, Amex ha affiancato quello bancario.

Il collocamento di carte tramite il canale bancario è avvenuto attraverso due modalità:

- i) conclusione di contratti di distribuzione con le banche;
- ii) costituzione con le banche di imprese comuni, alle quali viene concessa una licenza per l'emissione di carte del circuito Amex.

84. Negli accordi di distribuzione la banca funge da mero intermediario tra Amex e il titolare, ricevendo una remunerazione commisurata al volume di spesa generato dalle carte collocate. La titolarità del rapporto

⁵⁸ Cfr. doc. 122 "*Pianificazione operativa monitoraggio progetti*" di CartaSi del luglio 2003.

⁵⁹ Doc. 542a "*Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04*".

⁶⁰ Il programma *Membership Rewards* di Amex consente l'accumulo di punti per ogni transazione realizzata dai titolari Amex iscritti all'omonimo Club. I punti sono poi spendibili presso catene di esercizi convenzionati, quali svariate compagnie aeree, catene alberghiere, le principali società di noleggio auto, negozi e grandi magazzini, emittenti televisive ed altro.

⁶¹ Cfr. doc. 515d) "*Italy standard products and affinity Quote associative*" e doc. 557 "*Quota media carta Corporate (American Express)*".

⁶² Doc. 502b del 21/1/2004 "*target di clientela (all.1.1)*".

⁶³ Rielaborazioni da doc. 539 "trasmissione nuova versione All. 1.3 e 1.4 risposta Aesel a richiesta informazioni del 12.12.2003" del 3 marzo 2003.

contrattuale con il cliente, le decisioni in merito al prezzo di emissione delle carte e al loro contenuto rimangono in capo ad Amex. In Italia, Amex ha stipulato accordi di distribuzione con numerosi operatori bancari, circa 200-300, sia di grandi che di medio-piccole dimensioni; a detta di Amex, tali accordi non hanno prodotto i risultati sperati in quanto *“le banche sono restie a condividere con Amex il cliente presso il quale collocano la carta Amex”* e in quanto *“non permettono una flessibilità per le banche in termini di prezzo al titolare, flessibilità che invece le banche hanno manifestato di volere”*⁶⁴.

85. Nella prassi commerciale adottata da Amex, la concessione di una licenza ad imprese comuni con banche, come quella rilasciata ad Iconcard, dà invece la possibilità ai licenziatari, oltre che di offrire i medesimi prodotti (inclusi i programmi *Membership Rewards*) che sono collocati da Amex anche come operatore indipendente, di avere, diversamente dai contratti di distribuzione, margini di libertà nella definizione del prodotto. A detta di Amex, tale soluzione *“presenta il vantaggio di incentivare tutte e due le parti a promuovere attivamente le carte, proprio perché entrambe potranno beneficiare dei profitti generati dall’impresa comune”*⁶⁵. Amex, precedentemente alla joint venture con CartaSi ha *“provato a delineare ipotesi di joint venture, inizialmente solo su aspetti specifici quali il marketing, con partner bancari, dove il prodotto offerto sarebbe stato il prodotto Amex, con tutte le caratteristiche anche dei servizi aggiuntivi. Tuttavia questi tentativi, (...) hanno avuto scarso esito”*⁶⁶.

A detta di Amex, le motivazioni della mancata stipulazione di accordi di joint venture con singoli istituti bancari *“sono anche dovuti al fatto che soltanto negli ultimi anni le banche hanno cominciato a definire una strategia compiuta nelle carte di credito, soprattutto con riferimento ai prodotti premium, presupposto per la costruzione di una joint venture con Amex. Inoltre le banche italiane hanno attraversato un periodo di grande evoluzione con processi di consolidamento e ristrutturazione che hanno reso ancora più difficile il proporre lo sviluppo del segmento premium ai responsabili delle banche, che inoltre cambiavano velocemente”*⁶⁷. Inoltre, *“ha inciso anche l’abitudine delle banche, ad esempio, ad operare con la piattaforma operativa informatica di CartaSi”*⁶⁸.

86. Vi è una terza, ulteriore, forma di collaborazione fra Amex e le banche che consente l’ampliamento della diffusione del circuito Amex e l’incremento dei ricavi del gruppo. Si tratta della concessione di licenze che autorizzino le banche all’emissione autonoma di carte del circuito Amex. Diversamente dalla mera distribuzione, la licenza di emissione consente alla banca di assumere la titolarità del rapporto contrattuale con il cliente e ampia libertà nella definizione dei prezzi e dei contenuti dei prodotti emessi. Così, mentre attraverso gli accordi di distribuzione le banche collocano carte identiche a quelle distribuite da Amex attraverso canali diversi da quello bancario, negli accordi di licenza Amex consente alla banca l’utilizzazione solo del proprio marchio e della propria rete di accettazione, mentre è previsto che sia il licenziatario a dover ideare e realizzare la carta di credito con i servizi ad essa associati. La prassi commerciale adottata da Amex prevede inoltre che in questi casi i servizi assistenziali, assicurativi e i programmi fedeltà contenuti nelle carte emesse direttamente da Amex non siano resi disponibili alle banche licenziate. In Italia, Amex ha rilasciato una licenza di emissione a favore di Deutsche Bank nel giugno 1999⁶⁹. Tale accordo non ha dato alle parti risultati soddisfacenti, in quanto le carte di credito emesse sono solo poche migliaia, e pertanto esso è in via di risoluzione⁷⁰.

87. Tornando ai canali di collocamento *“diretti”* (contatto per posta, richiesta spontanea da parte di un consumatore, marketing telefonico, agenti, postazioni di vendita collocate in punti strategici, internet), risulta che essi costituiscono per Amex le modalità di collocamento più rilevanti. Il canale bancario rappresenta uno sbocco distributivo per Amex di rilevanza non marginale (pesando per circa il [13%-18%] delle carte complessivamente collocate da Amex nel 2003). Tuttavia, dal 2000, si assiste a una riduzione

⁶⁴ Doc. 542a” *Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04*”.

⁶⁵ Cfr. doc. 28 *“Memorandum su rete distributiva Aesel”* del 19 giugno 2003

⁶⁶ Doc. 542a” *Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04*” pag. 6.

⁶⁷ Doc. 542a” *Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04*”, pag. 6

⁶⁸ Doc. 542a” *Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04*”, pag. 6. Per *“piattaforma operativa di CartaSi”* si intende la rete extranet che unisce questa alle banche aderenti, attraverso la quale – per le banche che lo vogliono – viene gestita l’attività in comune.

⁶⁹ Cfr. doc 500 *“Completamento riscontro info lato issuing. Contratto con DB”*.

⁷⁰ Doc.517a *“Verbale audizione Deutsche Bank S.p.A. dell’11/02/04”*, pag. 2.

significativa della presenza di Amex in banca. Infatti, in tale anno il [18% - 23%] circa delle carte di Amex in circolazione era collocato tramite il canale bancario. Tale riduzione appare ancora più significativa considerando che mentre nel 2000 il [24% - 29%] delle nuove carte emesse da Amex era collocato tramite il canale bancario, tale percentuale si riduce al [10%-15%] circa nel 2003.⁷¹

88. Anche nel resto d'Europa la distribuzione delle carte Amex avviene prevalentemente attraverso i canali "diretti".⁷² Secondo le stime fornite da Amex nel corso del 2003, era previsto che nel mondo, per il 2003, fossero collocate tramite il canale bancario circa il [5-10%] delle nuove carte Amex⁷³.

Rileva anche evidenziare come, in Italia, le quote di mercato di Amex siano particolarmente elevate rispetto ad altri paesi europei: secondo i dati disponibili, forniti da Amex, nel 2001 solo in Germania deteneva una quota di mercato superiore rispetto a quella italiana (del 12,8% rispetto all'11% dell'Italia), mentre nel Regno Unito era presente con una quota del 6,8%, del 3,9% in Spagna e del 3,5% in Francia.⁷⁴

L'attività sul lato acquiring

89. Sul lato *acquiring*, il gruppo Amex rappresenta un importante operatore nel mercato italiano, detenendo una quota di mercato del 12,3% nel 2002.

Prima della stipula dell'accordo di *acquiring* e *processing* con CartaSi, di cui si tratterà in seguito, l'attività di convenzionamento degli esercenti era effettuata in Italia sia direttamente, tramite agenti e funzionari Amex, che dalle banche. Inoltre, Deutsche Bank effettuava, oltre che una parte del convenzionamento degli esercenti, anche il *processing* delle transazioni di Amex, in virtù di un accordo, ad oggi quasi totalmente cessato.

Gli agenti di Amex nel 2002 hanno convenzionato l'[8%-13%] dei nuovi esercenti Amex, le banche l'[87%-92%] e, in particolare, Deutsche Bank il [7%-12%].⁷⁵

90. Nell'ambito dell'attività di convenzionamento svolta dalle banche, il gruppo Amex mantiene la titolarità diretta dei rapporti commerciali con gli esercenti e fissa le condizioni contrattuali ed economiche con gli esercenti.

Le condizioni economiche che Amex applica ai grandi clienti internazionali sono uniformi a livello mondiale; le condizioni che applica agli esercenti di minori dimensioni tendono a variare nei diversi mercati nazionali. Per tale categoria di esercenti "*Le condizioni che Aeel applica sono uniformi con riferimento al territorio nazionale e variano per tipologia merceologica e per volumi del transato, anche in relazione ai margini che caratterizzano l'industria*"⁷⁶.

91. In Italia, il numero di esercenti convenzionati per l'accettazione di carte di credito Amex è minore rispetto al numero di esercenti convenzionati per i circuiti Visa e Mastercard (circa [300.000 – 500.000] rispetto ai circa 700-800 mila esercenti convenzionati)⁷⁷. "*Tale minore copertura è in parte giustificata dal fatto che Amex applica un merchant fee superiore di circa 1 punto percentuale rispetto a quella praticata dagli acquirers di Visa e Mastercard.(...) La merchant fee è più elevata perché deve tenere conto che Amex ha un'esposizione di rischio (sia di insolvenza che di frode) più elevata, in quanto le carte Amex non hanno un limite di spesa, e che Amex deve sostenere spese molto ingenti per il mantenimento del programma Membership Rewards e, in generale, di un livello più elevato di servizio rispetto ai concorrenti.*"⁷⁸

Un confronto tra le tipologie di carte emesse da Amex e CartaSi

92. Da quanto esposto, è possibile effettuare un confronto tra le tipologie di carte emesse da Amex e CartaSi, evidenziando lo spettro di differenziazione dei loro prodotti e il posizionamento dei due operatori in tale ambito.

⁷¹ Rielaborazioni da doc. 555 c) "*Distribution Channels Personal Gold Platino SBS Lending ANNO 2003*" dell'11 marzo 2003 e doc. doc. 539 "*trasmissione nuova versione All. 1.3 e 1.4 risposta Aesel a richiesta informazioni del 12.12.2003*" del 3 marzo 2003.

⁷² Cfr. doc. 502a "*Versione non riservata della nota di accompagnamento alla documentazione di riscontro richiesta issuing del 12.12.03*" di Aesel del 21 gennaio 2004.

⁷³ Cfr. doc. 8 e 9 "*Memorandum su rete distributiva Aesel - versione integrale*"; doc 28 "*versione non confidenziale memorandum*".

⁷⁴ Cfr. doc 28 "*versione non confidenziale memorandum su rete distributiva Aesel*".

⁷⁵ Doc. 570 del 25 marzo 2004 "*Riscontro a richiesta informazioni del 19/03/04*".

⁷⁶ Doc. 542a "*Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04*".

⁷⁷ Doc. 542 "*Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04*".

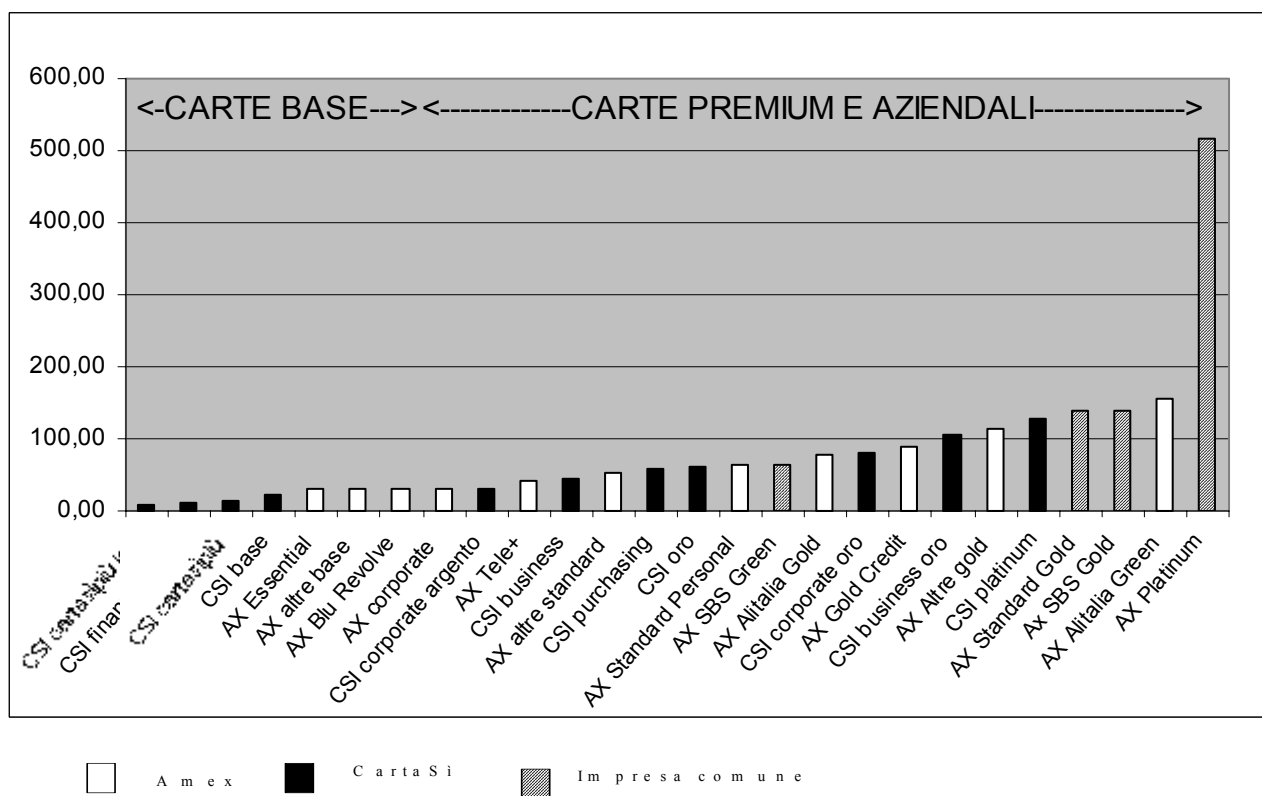
⁷⁸ Doc. 542a "*Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04 - versione accessibile*" pag.4

Nella fig. 1 sono riportati, sull'asse delle ordinate, i prezzi delle carte emesse da CartaSi e Amex; le carte sono riportate sull'asse delle ascisse, ordinate per prezzo crescente da sinistra verso destra. Le carte emesse da CartaSi sono riportate in colore scuro; in colore chiaro sono riportate le carte emesse dalla sola Amex e in motivo zebra le carte che attualmente sono emesse dalla sola Amex e che saranno anche emesse dall'impresa comune con CartaSi (della quale si tratterà nell'immediato seguito).

E' inoltre evidenziata la ripartizione delle carte dei due operatori nei due segmenti di mercato sin qui delineati.

Da tale figura emerge la presenza di entrambi gli operatori nella parte centrale dello spettro di differenziazione del mercato; Amex non è invece presente nella parte bassa del segmento e CartaSi non è presente nella fascia alta.

Fig. 1: Confronto tra i prezzi applicati alle carte emesse da Amex e CartaSi (euro, 2002).



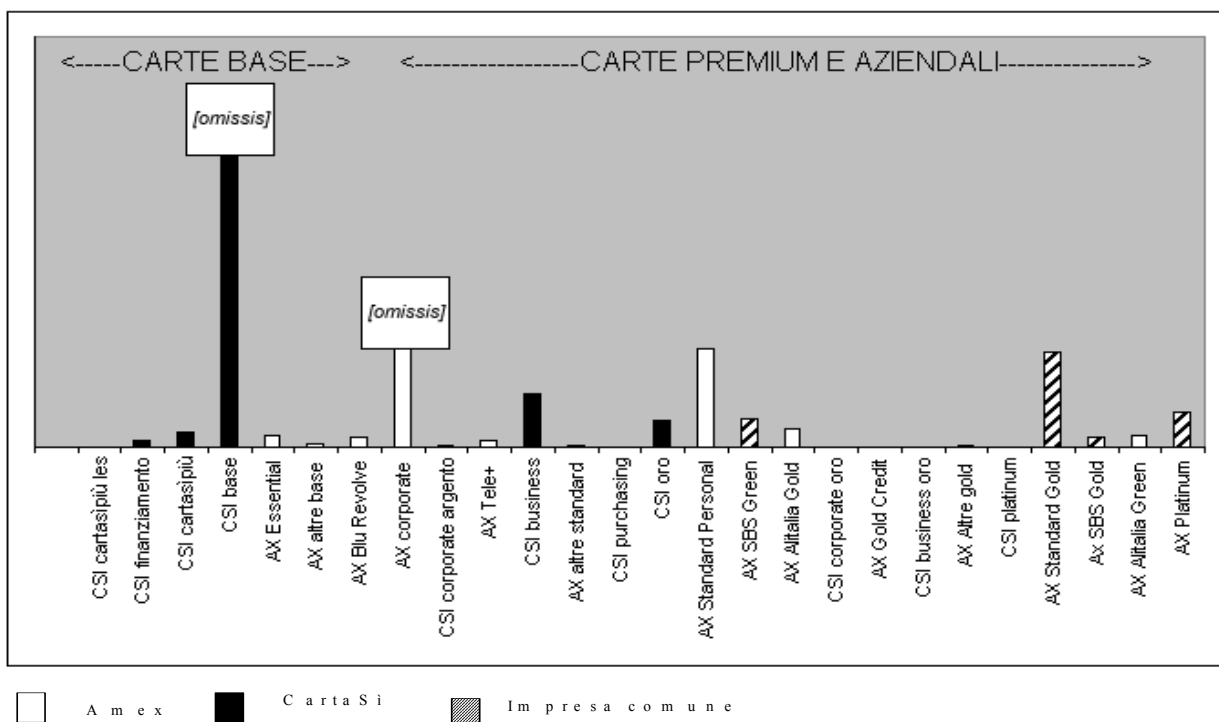
Fonte: rielaborazioni sulle informazioni fornite dalle parti

93. Nella fig. 2, dove sono riportate nuovamente le carte ordinate per prezzo crescente da sinistra verso destra, si evidenzia la percentuale del volume di transazioni generato da ogni carta, rispetto all'attività totale di ciascun operatore.

Da tale grafico viene confermata la specializzazione di CartaSi nel segmento base e di Amex nel segmento premium e aziendale. Nella parte centrale dello spettro di differenziazione, costituito dalla parte bassa del segmento premium, si svolge la restante parte dell'attività di CartaSi, che è invece assente nella fascia alta di tale segmento.

Le carte che saranno emesse dall'impresa comune si collocano prevalentemente in tale ultima fascia di mercato.

Fig. 2: Confronto tra la percentuale del valore transazioni di Amex e CartaSi generato da ogni carta, rispetto all'attività di ciascun operatore; ordinamento delle carte per prezzo crescente (2002)



Fonte: rielaborazioni su informazioni fornite dalle parti

III.2 La partnership CartaSi/Amex

94. CartaSi ed Amex si propongono di collaborare nel mercato delle carte di credito sia con riferimento al lato *issuing* che al lato *acquiring* e *processing* con due gruppi di accordi, entrambi oggetto del presente procedimento. Sul lato *issuing*, le parti hanno stipulato un accordo per la costituzione di un'impresa comune attiva nell'emissione e collocamento di carte di credito; sul lato *acquiring* le parti collaborano attraverso un accordo per lo svolgimento dei servizi di *processing* ed *acquiring* di Amex da parte di CartaSi.

La stipulazione originaria di questi due gruppi di accordi è avvenuta in tempi ravvicinati, rispettivamente, in data 14 gennaio 2003 (lato *issuing*) e 27 gennaio 2003 (lato *acquiring* e *processing*), ed è stato il risultato di intense trattative che si sono sviluppate, per ciascuno di essi, almeno a partire dai primi mesi del 2002⁷⁹ sino alla fine dello stesso anno. In data 9 giugno 2004, 11 giugno 2004 e 23 giugno 2004, le parti hanno presentato modifiche ai predetti accordi.

Nei successivi paragrafi si esaminerà in modo analitico dapprima il contenuto degli accordi originari e di seguito le modifiche presentate dalle parti.

⁷⁹ Cfr. doc. 173 "E-mail da Alla a Bida a Axel", del 3/1/2002, rinvenuto presso la sede di Aesel avente ad oggetto "CartaSi Discussion" sul lato *issuing*, doc. 175, "E-mail amex-trattive CSi (JV)", e doc. 171 "E-mail da Pinci a Guignard" del 9/1/2002 (sistema indicazione date all'inglese) rinvenuto presso la sede di Aesel ove si legge che "we are progressing our discussions with CartaSi (on merchant processing side) and we aim to close the 1st phase of negotiation by the end of February". V. anche doc. 46 "Buonassera Project, incontro Cartocci e Quarra" del 24 maggio 2002 ove si menzionano lo stato delle trattative su entrambi gli accordi. Nel doc 178 "Memorandum of Understanding" del 5/7/2002, entrambi gli accordi sono menzionati nell'ambito di "una visione generale della collaborazione" e v. anche il doc. 545 verbale audizione SI Holding del 5 marzo 2004.

III.2.a L'accordo di issuing

95. Il progetto Iconcard nasce, per parte di CartaSi, con l'obiettivo di ampliare la gamma delle carte offerte con particolare riferimento al segmento *premium* e aziendale, particolarmente attraente per le significative opportunità di crescita.

Infatti, dalla documentazione istruttoria emerge come CartaSi ritenga che, nel segmento *premium*, "l'offerta SI e l'offerta bancaria in genere non sono competitive", essendo carente delle caratteristiche necessarie per detenere un primato in tale segmento, quali l'utilizzo di un marchio riconosciuto, la presenza di adeguati servizi aggiuntivi e programmi a premi, nonché l'assenza di limiti di spesa⁸⁰.

96. L'intesa costituisce, dunque, per CartaSi un'opportunità per ottenere un nuovo posizionamento sul segmento *premium* e aziendale "e per consentire alle banche partner di disporre di prodotti a supporto delle strategie di segmentazione e fidelizzazione della clientela"⁸¹, senza dovere sostenere gli investimenti che altrimenti sarebbero necessari per ottenere lo sviluppo di carte di credito caratterizzate da standard qualitativi elevati. In particolare, l'alleanza con Amex sul settore *premium* è risultata preferibile rispetto alla possibilità di incidere sulla propria gamma dei prodotti, con sensibili investimenti, al fine di elevarla agli standard qualitativi tipici delle carte premium (soluzione indicata come c.d. "make"), in quanto quest'ultima appare eccessivamente costosa e poco redditizia⁸².

97. Per altro verso, dalla documentazione acquisita, traspare che CartaSi abbia maturato l'iniziativa della *joint venture* anche come strumento utile a controllare la pressione concorrenziale delle carte Amex sulle banche.

Infatti Visa scrive che "CartaSi has recently announced an agreement with Amex to create a joint newco in Italy to sell CartaSi-Amex cards through their participant bank network. The newco will focus on premium and business products, competing directly with the existing Visa and Mastercard products in these two segments. CartaSi justified [n. d.r. di fronte a Visa] the initiative as the need to expand the product offering to banks and to reduce the direct Amex competition within their participant banks"⁸³.

Anche dalla documentazione rinvenuta presso la sede di CartaSi, si ha conferma che l'intesa con Aesel sia finalizzata a ridurre la pressione concorrenziale che quest'ultima esercita su CartaSi, o per meglio dire, sulle banche che compongono CartaSi. In particolare, in un documento relativo al progetto sulla costituzione dell'impresa comune con Aesel, CartaSi prende atto che "Amex sta già acquisendo i migliori clienti delle banche"⁸⁴.

98. Per parte di Aesel, la sinergia con CartaSi si inquadra nell'ambito dell'obiettivo strategico di sviluppare una *partnership* con soggetti di emanazione bancaria che possano garantire un'ampia diffusione ai prodotti Amex.

99. Amex e CartaSi ritengono pertanto che "ci sia un'opportunità dall'unione delle rispettive esperienze consolidate per sviluppare un segmento ad altissima profittabilità"⁸⁵. In particolare, le parti si propongono l'obiettivo "di raggiungere il [40%-50%] di quota di mercato per le **carte Premium personali**, pari a circa [500.000-700.000] carte"⁸⁶ (grassetto nel testo originale) ed, a tal fine, di creare una struttura organizzativa che "possa beneficiare delle competenze complementari dei due partner per approfittare delle opportunità di mercato del segmento premium"⁸⁷.

La "JV avrà anche come mercato di riferimento le piccole aziende, conseguentemente si prevede la gestione degli attuali prodotti Amex SBS Green e Gold con l'obiettivo di raggiungere il [15%-25%] di quota di mercato per le carte premium small business, pari a circa [250.000 – 400.000] carte"⁸⁸. Tale

⁸⁰ Cfr. doc. 47 "Progetto di sviluppo segmento Premium" del 13 giugno 2002, pg. 1.

⁸¹ Doc. 73 "Iconcard" del 17 marzo 2003 (pg. 3), e termini pressoché analoghi si rinvencono in doc. 361 *Materiali – Brochure Servizi (convention territoriali banche)* del 10 aprile 2003.

⁸² Doc. 47 "Progetto di sviluppo segmento Premium" del 13 giugno 2002.

⁸³ Doc. 195 "nota partnership" Visa-CartaSi del 19 settembre 2003.

⁸⁴ Doc. 47 "Progetto di sviluppo segmento Premium" del 13 giugno 2002.

⁸⁵ Doc. 47 "Progetto di sviluppo segmento Premium" del 13 giugno 2002 (pg. 6).

⁸⁶ Doc. 56 *Buonassera Project-JV New Premium* del 24 maggio 2002.

⁸⁷ Doc. 73 *Iconcard* del 17 marzo 2003 (pg. 4).

⁸⁸ Doc. 56 "Buonassera Project-JV New Premium" del 24 maggio 2002 (pg. 2).

tipologia di clientela, a detta di CartaSi, è considerata dalle banche ancora “rischioso[a] e poco redditizio [a]”⁸⁹; esso tuttavia presenta delle potenzialità di espansione che, sempre secondo CartaSi, meritano di essere esplorate. In questo contesto, la cooperazione con Amex può rappresentare uno strumento di crescita profittevole.

100. Nella prospettiva della costituzione della JV, le parti riconoscono che “CARTA SI apporterà alla partnership le proprie banche associate ed i relativi canali di distribuzione che insieme operano come organizzazione leader nell’issuing di carte nel mercato italiano” e che “AMEX apporterà alla partnership una gamma distintiva di prodotti Premium per i settori consumer e small business, expertise nel servizio al cliente, gestione del programma premio e fedeltà (reward e loyalty program), un brand riconosciuto al livello mondiale e una rete globale di esercenti”⁹⁰.

101. In linea con quanto riportato sul ruolo di CartaSi nella *partnership*, le trattative sull’accordo di *issuing* hanno coinvolto direttamente le banche aderenti a CartaSi. Infatti, nell’ambito della lettera di intenti CartaSi “*si riserva il diritto di discutere in riservatezza della presente iniziativa [n. d.r. l’accordo di issuing con Amex] con le banche sue azioniste/aderenti al sistema CartaSi*”⁹¹. In questo contesto, nel periodo giugno-luglio 2002, in corso di trattativa, vi sono stati incontri con i gruppi bancari più importanti aderenti a CartaSi, ove si sono discussi i punti salienti dell’accordo in via di stipulazione e sulla base dei quali si è giunti alla definizione dell’accordo stesso⁹².

le regole di governance e di funzionamento dell’impresa comune

102. L’accordo di *joint venture* ha una struttura articolata che si compone dell’accordo sulla costituzione delle impresa comune e di una serie di accordi collaterali finalizzati allo svolgimento congiunto delle attività. Il complesso di questi accordi definisce l’assetto di *governance* dell’impresa comune e le sue modalità di funzionamento.

L’accordo di *joint venture* ha una durata di 10 anni con rinnovo, salvo disdetta, per ulteriori periodi di 5 anni ⁹³.

Per tutta la durata dell’intesa, nella formulazione originale dell’accordo Aesel era soggetta al divieto di “stipulare altri formali accordi di joint venture con istituti bancari ovvero con gruppi cui appartengono tale tipo di istituti per l’emissione e la promozione di prodotti equivalenti alle carte JV nel Paese(...)” (art. 13 dell’accordo di JV ⁹⁴).

103. Le imprese madri detengono ciascuna il 50% del capitale sociale dell’impresa comune.

Ciascuna delle imprese madri nominerà quattro degli otto membri del consiglio di amministrazione dell’impresa comune. Aesel nominerà il presidente del consiglio di amministrazione, mentre SI Holding nominerà l’amministratore delegato.

Per la regolare costituzione e validità delle deliberazioni dell’assemblea straordinaria dei soci, sia in prima che seconda convocazione, è richiesta la maggioranza dell’80% del capitale sociale; inoltre il consiglio di amministrazione potrà deliberare solo con la presenza e il voto di almeno sei membri, tranne che per alcune decisioni di particolare rilevanza per le quali il numero dei membri è elevato a sette.

104. Il principio generale che originariamente regolava l’attività della JV era che “Tutte le caratteristiche e condizioni dei prodotti e le strategie di marketing, le regole di condotta e le attività della Società [n. d.r. l’impresa comune] saranno sviluppate e decise dalla società e saranno soggette all’approvazione del

⁸⁹ Doc. 114 “*Segmento small business*” del 16 settembre 2003 (pg. 5).

⁹⁰ Doc. 178 “*Memorandum of Understanding*”.

⁹¹ Doc. 178 “*Memorandum of Understanding*”.

⁹² Doc. 260 *Progetto sviluppo segmento Premium –CartaSi*, relativo ad un incontro in San Paolo Imi di CartaSi del 18 giugno 2002, doc. 261 “*Nota al capo Direzione Rete su progetto CartaSi/Amex*” del 18 giugno 2002, doc. 258 *Evoluzione CartaSi segmento Premium* (presentazione accordo con Amex) in San Paolo IMI del 10 luglio 2002 e il doc. 263 “*Potenziale segmento Premium e appunti manoscritti*” (2002), rinvenuti tutti nella sede di San Paolo IMI; docc. 542 e 545, verbali audizioni Aesel del 4 marzo 2004 e SI Holding del 5 marzo 2004; v. anche doc. 82 Verbali CdA CartaSi compresi fra il 19.7.2001 e il 17.7.2003, in particolare, CdA del 18 luglio 2002 e 27 gennaio 2003.

⁹³ Doc. 412 “*Accordo di JV*” (art. 11).

⁹⁴ Doc. 412 “*Accordo di JV*”. Tuttavia le parti hanno concordato che [omissis], doc. 6 *Accordo di JV* –art. 13.2.

Consiglio di Amministrazione, tenendo, ovviamente, conto delle strategie di prodotto che caratterizzano le Carte equivalenti emesse da Amex e CartaSi⁹⁵.

In concreto, poi, l'impresa comune svolgerà l'attività di emissione attraverso accordi collaterali appositamente sottoscritti e il continuato supporto tecnico e professionale delle imprese madri. Relativamente agli accordi, essi riguardano, per quanto noto, la licenza non esclusiva di emissione carte Amex, l'accordo sul Membership Rewards Program e la licenza relativa al portale web CartaSi⁹⁶.

Sotto il profilo del supporto tecnico e professionale, le imprese madri hanno concordato una "mappatura" delle funzioni operative dell'impresa comune, ripartendosi lo svolgimento delle stesse⁹⁷.

105. Al momento dell'avvio del procedimento, sussisteva l'impegno delle parti a non iniziare l'attività dell'impresa comune sino all'autorizzazione dell'Autorità *antitrust*. Successivamente le parti hanno comunicato la decisione di procedere ad un avvio dell'attività.

Le carte dell'impresa comune

106. Le carte emesse da Iconcard, destinate al segmento *premium* ad aziendale, avranno il marchio Amex e una presentazione grafica simile a quelle delle carte Amex attualmente in circolazione, arricchite sul fronte dal nome della banca che effettua il collocamento; il logo di CartaSi⁹⁸ sarà invece posizionato sul retro delle medesime⁹⁹.

Più in particolare, nella versione originaria dell'accordo era previsto che l'impresa comune avrebbe emesso inizialmente le seguenti carte: Carta Oro (Standard Gold) American Express, Carta Platino American Express, Carta Business (SBS Green), Carta Business Oro American Express (SBS Gold)¹⁰⁰, con caratteristiche e condizioni pressoché analoghe a quelle dei corrispondenti modelli Amex.

Le carte *JV* fruiranno del *Membership Rewards Program* e saranno utilizzabili presso gli esercenti Amex, in Italia e all'estero.

L'impresa comune sarà il soggetto titolare del rapporto contrattuale con il cliente, benché quest'ultimo abbia come interlocutore immediato le banche aderenti a CartaSi le quali effettueranno il collocamento delle carte della *JV*.

107. Relativamente alla individuazione delle caratteristiche delle carte che saranno emesse da Iconcard, dai documenti agli atti del procedimento emerge che "*Products offered by the JVCo need to be clearly differentiated and easy to explain/defend*" e "*product range needs to be consistent with AmEx global product line strategy and CartaSi product line strategy*"¹⁰¹.

Più in particolare, in seno a CartaSi, si rileva "Nel definire la gamma dei prodotti *JV* si è tenuta in considerazione la gamma prodotti CartaSi, al fine di evitare sovrapposizioni"¹⁰². Analogamente, da parte Amex, si rileva che "NO new product can be positioned higher than an existing Amex product of a similar color, e.g. New Platinum can not be positioned higher than existing Platinum"¹⁰³.

108. Quanto alle condizioni economiche, le parti osservano che "Effective (not nominal) fees should be the reference point in determining consistency with product line strategy and setting optimal price points"¹⁰⁴.

⁹⁵ Doc. 412 "Accordo di JV".

⁹⁶ Tali contratti sono strettamente funzionali al perdurare dell'accordo tra le imprese madri sulla costituzione dell'impresa comune e pertanto verranno meno qualora queste ultime intendessero porre fine alla cooperazione.

⁹⁷ Doc. 6 "*Principi dell'Accordo*" (versione integrale - Allegato A all'accordo di JV-Appendice A1).

⁹⁸ Cfr. doc. 545, "*SI Holding-documento a supporto dell'audizione presso le Autorità*", ove il logo di CartaSi appare sostituito con Icon.

⁹⁹ Una maggiore differenziazione della grafica è tuttavia possibile, previo accordo con le imprese madri, in funzione del grado di partecipazione della banca alla definizione del prodotto (prestazione di servizi aggiuntivi sui quali v. *infra*) e dell'eventuale assunzione del rischio del credito.

¹⁰⁰ Doc. 412 a "Allegato D" all'Accordo di JV.

¹⁰¹ Doc. 176 "*E-mail da Pedroni a Manfredini*" del 13 settembre 2002, contenente le minute delle riunioni dello Steering Committee, spec. l'Attachment 1 "*Guiding Principles for product configuration*".

¹⁰² Doc. 134 "*mail da Izzo ad Avanzi*" (dipendenti di CartaSi) del 10 gennaio 2003.

¹⁰³ Doc. 176 "*E-mail da Pedroni a Manfredini*" del 13 settembre 2002, contenente le minute delle riunioni dello Steering Committee, spec. l'Attachment 1.

¹⁰⁴ Doc. 176 "*E-mail da Pedroni a Manfredini*" del 13 settembre 2002, contenente le minute delle riunioni dello Steering Committee, spec. l'Attachment 1 "*Guiding Principles for product configuration*".

In un altro documento, simile al precedente, si rinviene che, sul “pricing and promotion” dei prodotti JV equivalenti a quelli Amex, “Price on an ongoing basis will be fixed by the JV and the customer is to have full visibility on nominal price”, “JVCo will define a range of accepted promotional offers”, e che “The level of promotion will be included in the business plan”¹⁰⁵.

Le condizioni economiche che le banche potranno praticare sarebbero state soggette, dunque, alle direttive di Iconcard.

109. Per altro verso, è emerso come CartaSi abbia definito ulteriori iniziative sul segmento *premium* - diverse dalla JV con Amex - solo “*una volta verificato (per la fine di settembre) [n. d.r. 2002] l’eventuale grado di sovrapposizione con i prodotti in via di definizione nell’iniziativa JV Amex*”¹⁰⁶. Inoltre, CartaSi ha fatto confluire in Iconcard iniziative relative al segmento premium che aveva avviato precedentemente alla stipula dell’accordo con Aesel¹⁰⁷.

110. Le carte emesse da Iconcard, andranno a completare la gamma offerta dalle banche che compongono CartaSi: “Le banche potranno affiancare i prodotti CartaSi con l’offerta della nuova società per un totale di 9 famiglie di carte (5 premium e 4 small business), su tre circuiti diversi (Visa, Mastercard e American Express)”¹⁰⁸.

111. Al riguardo va detto che – oltre ai servizi caratteristici offerti da Amex, che tipicamente caratterizzano le carte di tale circuito e definiscono già compiutamente le carte *premium* – le carte JV potranno essere arricchite da altri servizi aggiuntivi che sono in via di definizione nell’ambito della stessa impresa comune. Questi ultimi servizi dovrebbero essere sviluppati alla luce di analisi delle esigenze della clientela *target* e potrebbero arricchire le funzionalità delle carte di credito della JV¹⁰⁹. Le banche che collocheranno le carte JV potranno, quindi, eventualmente personalizzare il prodotto sia attingendo dalla rosa di servizi predisposti in seno alla JV, sia mediante l’offerta di servizi propri¹¹⁰.

112. Sul punto, dalla documentazione acquisita agli atti, si evince che, secondo le parti, sebbene i servizi caratterizzanti in modo imprescindibile le carte Iconcard siano offerti da Amex, “(...) *the bank can ask to include additional services to further personalize its offer, subject to the following principles:*

◦ *Additional benefits have to be the bank’s normal, proprietary services, i.e. a typical bank service, unless approved by the relevant JVCo Corporate governance body (Board or management team)*

◦ *restriction will however apply to avoid proliferation of benefits difficult to service operationally*

◦ *Additional benefits must not have a negative impact on the JVCo P&L or be in contrast to the overall mission and objective of the JVCo, unless approved by the relevant JVCo Corporate governance body (Board or management team)*

◦ (...)

◦ *The price increase must fall within a certain range in order not to contradict the respective parties’ product line strategies (e.g. become too closely positioned to the next premium product) and must happen in discrete increments. All exceptions to this board should be decided by the Board*

◦ (...)¹¹¹.

¹⁰⁵ Doc. 152 “CD con files con documenti in rete relativi ad AMEX issuing” (Cd rinvenuto presso la sede di CartaSi/Icon) ed ivi il documento word “Existing, New Product Guidelines v3”.

¹⁰⁶ Doc. 93 “Comitato di direzione CartaSi” del 10 settembre 2002; v. anche il doc. 86 “Ipotesi di servizi aggiuntivi per il restyling dei prodotti premium” dell’8 gennaio 2003,.

¹⁰⁷ Doc. 545 e): “Iconcard - attività commerciali e prospettive di sviluppo punto 9 dell’o.d.g.” “CartaSi, con l’obiettivo di aumentare il livello di penetrazione nel segmento Premium delle carte di pagamento, nonché di costruire all’interno del circuito CartaSi un network esclusivo di esercizi convenzionati, ha avviato circa un anno fa il Progetto Diamond Top Network. In coerenza con lo scopo per cui è stata costituita Iconcard, CartaSi ha deciso di trasferire senza alcun onere il progetto e gli elementi sin qui sviluppati (lettere di intenti con circa 18 possibili partners) ad Iconcard”.

¹⁰⁸ Doc. 151 “CD con files per specifiche tecniche relative ad AMEX issuing + elenco files stampato” ed ivi il file nella cartella “presentazione banche”, denominato “prodotti premiumAletti”

¹⁰⁹ Cfr. doc. 545 d) “Documento a supporto dell’audizione presso le Autorità - CartaSi 5.3.04” pg. 43.

¹¹⁰ V. verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04, spec. pg. 8. Doc. 496 a) *Convenzione con le banche per l’emissione delle carte Iconcard*; v. anche doc. 75 “Comunicazione interna –Bozza convenzione banche su mandato Iconcard” del 9 luglio 2003, e doc. 68 “Allegato al CdA – Bilancio di previsione” di Iconcard.

¹¹¹ Doc. 176 “E-mail da Pedroni a Manfredini” del 13 settembre 2002, contenente le minute delle riunioni dello Steering Committee, spec. le riunioni del 12 settembre 2002 con i relativi Attachment.

113. Giova aggiungere che, secondo quanto stabilito ordinariamente dall'accordo, l'impresa comune poteva "in qualsiasi momento, introdurre ulteriori (nuovi od esistenti) prodotti oltre a quelli indicati nell'Allegato D del presente Accordo (n. d.r. trattasi delle carte equivalenti ai modelli esistenti Amex di cui sopra)"¹¹². Infatti "Per meglio usufruire dell'intero potenziale della joint venture, entrambe le Parti si impegnano sui seguenti principi di base:

a) *introdurre nuove carte JV ed aumentare la diffusione delle esistenti Carte Amex nel settore premium consumer e small business all'interno della rete delle Banche Convenzionate CartaSi.*

b) *acquisire nuovi clienti tramite una particolare e più estesa gamma di prodotti premium e small business*"¹¹³.

La definizione di nuovi modelli sarà svolta sulla base di indagini *marketing* finalizzate a meglio individuare le esigenze del mercato.

114. In linea generale, secondo quanto stabilito inizialmente dall'accordo, le caratteristiche dei nuovi modelli di carte di credito Amex, dovevano essere decise interamente in seno all'impresa comune, senza che si dovesse riscontrare quella prevalenza decisionale di Amex prevista nell'emissione di modelli già esistenti.

115. CartaSi ed Aesel avevano già effettuato studi circa i nuovi modelli di carte Amex che avrebbero potuto essere emessi dall'impresa comune e denominati New Gold e New Platinum.

Al riguardo, in un documento acquisito agli atti si legge che "The team has reached a principal agreement on the New Platinum product, but has identified some issues with the New Gold, primarily as it may compete with the existing CartaSi Gold product"¹¹⁴.

116. Inoltre, CartaSi ed Aesel avevano vagliato la possibilità di estendere l'attività dell'impresa comune anche con riferimento alle carte *corporate* "... Per tali prodotti è necessaria un'ulteriore valutazione sull'opportunità, anche al fine di considerare l'estensione dell'ambito dell'accordo al segmento *Corporate*"¹¹⁵.

Anche in sede di audizione, Aesel ha affermato che, con riferimento alle carte *corporate* "In ogni caso, non è escluso che l'impresa comune emetta anche prodotti di questa tipologia. Ciò dipende anche dal successo che l'iniziativa con CartaSi avrà sul mercato"¹¹⁶.

La disciplina delle conversioni

117. Le prospettive di crescita dell'impresa comune¹¹⁷ sono affidate all'acquisizione di nuovi clienti, vale a dire che le carte emesse dall'impresa comune dovrebbero essere destinate a titolari che attualmente sono sprovvisti sia di carte CarteSi che di carta Amex.

Inoltre l'accordo regola le ipotesi di conversione di carte CartaSi o Amex esistenti in carte Iconcard, e dall'accordo comunicato si delineano due tipi di conversioni, l'una indesiderata e l'altra desiderata dalle imprese madri.

118. In particolare, qualora un titolare converta la carta in suo possesso, sia essa Amex o CartaSi, in una carta emessa dall'impresa comune di pari "grado", ad es. una CartaSi Oro in una Carta JV Oro, allora l'impresa madre che ha, per così dire, perso il titolare deve ricevere una specifica remunerazione dall'impresa comune che ricompensi la perdita subita. Inoltre, qualora questo tipo di conversioni rappresentassero più del 10% ¹¹⁸ (c.d. limite di cannibalizzazione) dell'attività dell'impresa comune, allora le imprese madri si potranno incontrare per valutare lo scioglimento della cooperazione.

¹¹² Doc. 412 Allegato A dell'accordo di JV "Principi dell'Accordo".

¹¹³ Doc. 412 Allegato A "Principi dell'Accordo".

¹¹⁴ Doc. 152 "CD con files con documenti in rete relativi ad AMEX issuing" (Cd rinvenuto presso la sede di CartaSi/Icon) ed ivi doc. powerpoint "Product Configuration 03.09.02B" del 4 settembre 2002.

¹¹⁵ Doc. 56 "Buonassera Project-JV New Premium" del 24 maggio 2002 (pg. 2).

¹¹⁶ Doc. 542 a "Verbale audizione Aesel e AMEX del 4.03.04" (pg. 10).

¹¹⁷ Cfr. doc. 6 – Allegato I all'accordo di JV "Business Plan" e doc. 567, Memoria difensiva di CartaSi e American Express, del 23 marzo 2004.

¹¹⁸ Cfr. doc. 412 Principi dell'Accordo di JV, punto 3.3 e) ed f).

A ciò si aggiunga che le banche – a seguito di una conversione di questo tipo – non percepiranno una remunerazione maggiore rispetto a quella percepita anteriormente alla conversione. Esse dunque non sono incentivate a proporre tale scelta ai propri clienti.

119. La seconda ipotesi si ha invece quanto un titolare converte la carta in suo possesso, sia essa Amex o CartaSi, in una carta emessa dall'impresa comune di "grado" superiore (c.d. *upgrade*), ad es. una carta Amex Oro in una carta JV Platino.

Questo tipo di conversione non rientra nel limite di cannibalizzazione ricordato al punto precedente e pertanto può avvenire in termini non limitati. Inoltre le banche, a fronte di una conversione di siffatto tipo, riceverebbero una remunerazione maggiore rispetto a quella derivante dalla precedente carta posseduta dal titolare. Stando alla disciplina che le imprese madri hanno stabilito, questo secondo tipo di conversione, dunque, non è indesiderata. Potrebbe in astratto verificarsi che un numero significativo di carte Amex (Blu e Verde), carte collocate ad un grado inferiore della gamma emessa dalla JV, siano convertite in carte CartaSi/Amex senza che ciò alteri l'attuazione dell'accordo.

Il ruolo di CartaSi e delle banche nel collocamento delle carte dell'impresa comune.

120. Nella versione originaria dell'accordo, le carte emesse dall'impresa comune erano distribuite, in esclusiva, dalle banche aderenti a CartaSi. A sua volta, CartaSi godeva di un mandato in esclusiva per promuovere la distribuzione delle carte dell'impresa comune presso le banche ad essa aderenti, secondo gli orientamenti indicati nel mandato stesso¹¹⁹. CartaSi si collocava dunque quale "*unico interfaccia con le banche*" e si sarebbe dovuta occupare della "*Nuova convenzione CartaSi – banche in sostituzione degli accordi esistenti tra le banche e il partner* [n. d.r. vale a dire Amex]"¹²⁰. Al riguardo, dalla documentazione, emerge che la rinuncia da parte di Aesel di avere rapporti diretti con le banche sia stata "*the first (and most critical) decision that we* [n. d.r. Amex] *need to make*"¹²¹. Infatti, ciò avrebbe rappresentato una notevole differenza rispetto alla situazione precedente dove era Amex medesima a gestire il complesso dei rapporti distributivi, anche con le imprese bancarie.

Ciò, per altro verso, appariva in linea con l'obiettivo di CartaSi di "*Rafforzare la propria posizione e relazione con la comunità bancaria italiana*"¹²² e di definire un complesso di rapporti afferenti alla JV per i quali, in ogni caso [*omissis*]¹²³.

121. Inoltre, CartaSi avrebbe dovuto provvedere a remunerare la banca per l'attività di collocamento seguendo il meccanismo dei compensi già in uso nel sistema CartaSi¹²⁴. In particolare, "*I compensi verranno differenziati a seconda della tipologia dei prodotti distribuiti dalla banca nonché in base alle scelte operate dalla stessa in materia di assunzione del rischio di insolvenza ed in materia di condizioni tariffarie da applicare ai titolari*"¹²⁵.

In sostanza, dunque, le banche sono guidate, nella fissazione del canone, dalle decisioni assunte da CartaSi sull'entità dei compensi.

122. Nella prestazione dei servizi aggiuntivi le banche interagiscono con "*CartaSi, in modo da assicurarne* [n. d.r. servizi aggiuntivi] *la fattibilità in conformità alle specifiche linee guida stabilite da Iconcard S.p.A.*"¹²⁶. Più precisamente, "*Qualora la banca intenda offrire ai titolari delle carte eventuali servizi aggiuntivi di qualsiasi natura (...), i termini e le condizioni di tali servizi aggiuntivi dovranno essere preventivamente verificati per il tramite di CartaSi ...*"¹²⁷.

123. L'accordo regola anche le attività di *cross selling* svolto da Amex in concorrenza con le banche stesse, in quanto era ivi previsto che la "*tutela dei dati personali dei clienti che acquisiranno i prodotti Iconcard*

¹¹⁹ Doc. 6 "*Contratto di mandato in favore di CartaSi*".

¹²⁰ Doc. 68 "*Allegato al CdA – Bilancio di previsione*" di Iconcard (pg. 8).

¹²¹ Doc. 177 "E-mail da Del Borgo a Morone" (dipendenti Aesel) del 16 ottobre 2002.

¹²² Doc. 178 *Memorandum of Understanding* (lettera di intenti relativa all'accordo sull'*issuing*) datata il 5 luglio 2002.

¹²³ Doc. 177 "*e.mail Borgo/Morone*" del 16 ottobre 2002 rinvenuto presso la sede di Aesel.

¹²⁴ Doc. 496 Convenzione collocamento carte della JV e doc. 75 "*bozza convenzione banche su mandato Iconcard*" del 9 luglio 2003; doc. 574, comunicazione di CartaSi in data 26 marzo 2004.

¹²⁵ Doc. 496 *Convenzione con le banche per il collocamento delle carte Iconcard*.

¹²⁶ Doc. 496 *Convenzione con le banche per l'emissione delle carte Iconcard*.

¹²⁷ Doc. 496 *Convenzione con le banche per l'emissione delle carte Iconcard*; v. anche doc. 75 "*Comunicazione interna –Bozza convenzione banche su mandato Iconcard*" del 9 luglio 2003, e doc. 68 "*Allegato al CdA – Bilancio di previsione*" di Iconcard.

sarà ampia e non consentirà le attività di marketing diretto che attualmente Amex opera sui portatori di proprie carte (anche con prodotti concorrenti a quelli bancari)”¹²⁸, tra i quali rientrano i prestiti personali e i servizi di investimento.

124. Nell’accordo originario, poi, era previsto che Aesel “non distribuirà prodotti equivalenti alle Carte JV attraverso le banche Convenzionate CartaSi che accettino di distribuire le carte JV durante la vigenza del presente accordo” (art. 13 dell’accordo di JV ¹²⁹). E per evitare la contestuale distribuzione di carte Amex e di carte JV, le parti avevano altresì concordato che “gli accordi di distribuzione [n. d.r. a tempo indeterminato] delle Carte di Amex con le Banche Convenzionate CartaSi in essere al momento della stipula del presente Accordo rimarranno pienamente in vigore finché la relativa banca Convenzionata CartaSi abbia sottoscritto un nuovo contratto con la Società per la distribuzione delle Carta JV” (art. 13 dell’Accordo di JV¹³⁰).

L’accordo di JV delineava un sistema in base al quale le convenzioni in essere tra Amex e le banche sarebbero state progressivamente sostituite con le convenzioni per il collocamento delle carte JV come afferma la stessa CartaSi [omissis]¹³¹.

III.2.b Le modifiche apportate all’accordo di issuing

125. A seguito del ricevimento della Comunicazione delle Risultanze Istruttorie (22 aprile 2004), le parti hanno presentato, in data 9 giugno 2004, 11 giugno 2004 e 23 giugno 2004, una versione modificata dell’accordo che disciplina l’attività svolta dall’impresa comune Iconcard.

126. La struttura contrattuale dell’accordo modificato ricalca in parte quella dell’accordo originariamente notificato. Il nuovo accordo si compone, come in precedenza, di un contratto denominato “Accordo di JV”, del quale costituiscono parte integrante gli allegati “Principi dell’Accordo”, “Accordo per l’emissione di carte”, “Elenco delle banche convenzionate CartaSi”, “Obiettivi annuali”, “Modello economico” e “Business Plan”. Sono stati eliminati i preesistenti allegati denominati “Contratto di mandato con rappresentanza di CartaSi” e “Elenco delle carte JV” e sono stati aggiunti gli allegati “Elenco delle caratteristiche base delle carte Amex emesse da Iconcard”, “Linee guida per il convenzionamento banche” e “Principi di gestione per la comunicazione Iconcard”.

Di seguito si riportano le linee di modifica apportate dalle parti.

a) limitazione dell’ambito di attività di Iconcard

127. Mentre la versione degli accordi inizialmente comunicata prevedeva che Iconcard avrebbe potuto emettere, oltre che quattro carte analoghe alle esistenti carte Amex, anche ulteriori carte consistenti in nuovi prodotti premium, le cui caratteristiche sarebbero state stabilite da Iconcard, la versione modificata dell’“Accordo di JV” prevede che Iconcard emetterà solo quattro tipi di carte (carta oro, platino, small business, small business oro) identiche a quelle Amex in circolazione¹³².

Tale modifica è recepita, coerentemente, nel modulo contrattuale sottoscritto dalle parti, relativo al conferimento della licenza ad Iconcard per l’emissione di carte Amex, prima lasciato in bianco, sono stati inseriti i nomi delle quattro carte.¹³³

128. Nel nuovo “Accordo di JV” è inoltre previsto che Iconcard potrà richiedere ad Amex l’autorizzazione ad emettere un quinto tipo di prodotto, identico all’attuale “Carta Gold Credit American Express”, “condizionatamente alla preventiva verifica ed assenza di rilievi da parte dell’Autorità (...)” e nei seguenti casi, tra loro alternativi:

- “a partire dall’esercizio [omissis] – allo scopo di poter commercializzare tale quinto prodotto a partire dall’esercizio [omissis]- qualora l’offerta dei quattro tipi di carte (...) si dimostri inadeguata e/o le mutate

¹²⁸ Doc. 305, allegato alla “Presentazione di Iconcard” consistente in un messaggio e-mail da Costantini Enrico a Piozza Maria Alessandro avente ad oggetto “incontro con CartaSi”.

¹²⁹ Doc. 412 (Accordo di JV).

¹³⁰ Doc. 412 (Accordo JV).

¹³¹ Doc. 82, Verbali CdA CartaSi compresi fra il 19.7.2001 e il 17.7.2003, in particolare verbale 27 gennaio 2003.

¹³² Cfr. doc. 642, all. 2, “Accordo di JV”, art. 2.3.

¹³³ Cfr. doc. 642, all. 2, “Card Issuer Agreement”, Allegato 3

esigenze di mercato dimostrino che tale prodotto sia di significativa importanza per Iconcard al fine del raggiungimento dei propri obiettivi”

- “(...) a partire dall'esercizio [omissis] – allo scopo di poter commercializzare tale quinto prodotto a partire dall'esercizio [omissis] - qualora per gli esercizi [omissis] e [omissis] Iconcard chiuda con una perdita di bilancio causata dal fatto che l'offerta dei quattro tipi di carte (...) sia risultata inadeguata rispetto alle esigenze di mercato.”¹³⁴

129. Le parti non quantificano la riduzione dei volumi e profitti dell'attività di Iconcard derivante dalla limitazione dell'attività a quattro carte: allegano infatti i medesimi documenti presenti nell'accordo originario contenenti le stime dell'attività di Iconcard, sia in termini di profitti, che di numero di carte emesse, che di volumi transati¹³⁵. Tuttavia, nell'Accordo di JV le parti specificano che tali valori “saranno diversi da quelli dei testi allegati in relazione alla concordata riduzione della gamma delle carte Icon e del concreto riscontro avuto dal mercato nel primo anno di attività di Iconcard.”¹³⁶

b) limitazione dell'ambito decisionale di Iconcard e esclusivo potere decisionale di Amex in merito alle caratteristiche delle carte Iconcard

130. La versione dell'accordo inizialmente comunicata, presentava una formulazione ambigua in merito alla libertà di Iconcard di modificare le caratteristiche delle quattro carte analoghe a quelle di Amex in circolazione. La versione modificata dell'accordo prevede che “Iconcard emetterà quattro tipi di carte identiche per denominazione, caratteristiche e condizioni e funzionalità alle esistenti analoghe Carte Amex (carte premium consumer e small business¹³⁷), restando preclusa la possibilità di modificare la denominazione, il posizionamento, le caratteristiche, le funzionalità e le condizioni di tali carte”¹³⁸

I concetti di “denominazione, posizionamento, caratteristiche, funzionalità” sono chiariti in un nuovo documento allegato all'Accordo¹³⁹. Tali termini includono il prezzo, i benefici e servizi delle carte, la disciplina di tali benefici, nonché le modalità di utilizzo della carta (*charge o revolving*¹⁴⁰).

Inoltre, è stata inserita nei “Principi dell'Accordo” la previsione che “Le carte Icon dovranno essere identiche per condizioni e prezzo alle carte Amex dello stesso tipo, salva la possibilità per le banche di modificare il prezzo di riferimento (...)”¹⁴¹

131. In merito alla libertà delle banche di inserire servizi aggiuntivi e di modificare il prezzo dei prodotti Iconcard dalle stesse collocati, è previsto che “(...) le banche avranno piena facoltà di i) associare alle Carte ICON servizi aggiuntivi (...) sia proposti da Iconcard che dalle banche stesse e di ii) modificare il prezzo alla clientela delle Carte stabilito da AMEX verso il basso o verso l'alto (in questo caso solo in concomitanza con l'offerta di servizi aggiuntivi), senza la necessità di alcuna autorizzazione o consenso da parte di Iconcard o dei suoi azionisti”¹⁴². L'unica limitazione imposta alle banche è che i servizi aggiuntivi debbono essere compatibili con la denominazione, posizionamento, caratteristiche e funzionalità delle carte Amex di identico tipo e compatibili con la piattaforma creata per le carte Icon¹⁴³.

132. Inoltre, nell'”Accordo per l'emissione di carte” è stato notevolmente arricchito il contenuto della sezione che descrive le funzioni che debbono essere svolte da Amex, tra le quali assumono particolare rilevanza le modalità di concessione ad Iconcard dei servizi aggiuntivi collegati alle carte Amex, quali i servizi assicurativi, di fidelizzazione o collegati ad attività turistiche, così da definire e circoscrivere con

¹³⁴ Cfr. doc. 642, all. 2, “Accordo di JV”, art. 2.4.

¹³⁵ Cfr. doc. 642, all. 2, “Obiettivi annuali” e “Business Plan”

¹³⁶ Cfr. doc. 642, all. 2, “Accordo di JV”, art. 16.6

¹³⁷ All'art. 1.19 dell'”Accordo di JV” (doc. 642, all. 2) è specificato che con tale locuzione si intende la carta oro, la carta platino, la carta Small Business verde e la carta Small Business oro.

¹³⁸ Cfr. doc. 642, all. 2, “Accordo di JV”, art. 2.3.

¹³⁹ Cfr. doc. 642, all. 2, Allegato D “Elenco e caratteristiche delle carte Amex emesse da Iconcard”.

¹⁴⁰ Come noto, per modalità *charge* si intende l'addebito al titolare dell'intero saldo risultante dalle spese effettuate con la carta di credito in una data prefissata (ad esempio il 15 di ogni mese). Con la modalità *revolving* tale saldo è addebitato in varie rate successive; ogni rimborso, inoltre, consente al titolare di usufruire nuovamente del credito inizialmente concesso (pari al limite – eventuale – di spesa prefissato).

¹⁴¹ Cfr. doc. 642, all. 2, “Principi dell'Accordo”, art. 2.1.

¹⁴² Cfr. doc. 642, all. 2, “Accordo di JV”, art. 2.3.

¹⁴³ Cfr. doc. 642, all. 2, “Accordo di JV”, art. 2.3.

maggior dettaglio rispetto alla versione originaria degli accordi il contenuto delle carte Amex emesse da Iconcard¹⁴⁴.

c) Eliminazione dell'esclusiva a favore di CartaSi

133. E' espressamente previsto che l'accordo di JV abbia carattere non esclusivo, nel senso che "Amex potrà stipulare analoghi accordi con terzi"¹⁴⁵ ovvero qualsiasi tipo di accordo con singole banche e/o gruppi bancari per la distribuzione e commercializzazione di qualsiasi proprio prodotto."¹⁴⁶

d) Eliminazione del divieto per le banche che collocano carte Iconcard di collocare contestualmente anche carte emesse da Amex equivalenti alle carte Iconcard

134. Nella nuova versione dell'accordo è stato eliminato l'articolo che prevede il divieto per Amex di distribuire prodotti equivalenti alle carte JV attraverso banche che distribuiscono tali carte.

e) eliminazione dell'esclusiva del contratto di mandato a favore di CartaSi e ridimensionamento del ruolo di CartaSi come unico interfaccia con le banche distributrici

135. Nella versione originaria dell'accordo era previsto che CartaSi agisse come unico interlocutore di Iconcard con le banche convenzionate, occupandosi di gestire tutti i rapporti con banche. Nella nuova versione degli accordi, il contratto di mandato in esclusiva a CartaSi, che dava alla medesima il compito di promuovere in via esclusiva la distribuzione delle carte dell'impresa comune presso le banche aderenti e di gestire i rapporti con le medesime, è stato eliminato.

136. L'interazione tra CartaSi e le banche avveniva tramite convenzioni di collocamento stipulate tra CartaSi e le banche. Nella versione modificata dell'accordo è previsto che "*Gli accordi di convenzionamento con le banche (...) saranno stipulati direttamente da Iconcard, sulla base di una contrattazione bilaterale con ogni singola banca anche al fine di determinare le eventuali personalizzazioni delle carte e/o richieste da parte della banca di servizi aggiuntivi (...).*"¹⁴⁷

137. Mentre nel previgente contratto di mandato era attribuito a CartaSi il compito di gestire i rapporti con le banche anche in relazione ai loro compensi, nella nuova versione dell'"Accordo di JV" è previsto che "(...) Spetterà, altresì, ad Iconcard determinare i compensi per le reti che promuoveranno la distribuzione di Iconcard (...)"¹⁴⁸. Tale principio è ribadito nelle "Linee guida per il convenzionamento delle banche", nelle quali si prevede che "*Iconcard concorderà con le banche e riconoscerà alle stesse – tramite contrattazione bilaterale – i relativi compensi*"¹⁴⁹.

138. Inoltre, originariamente era previsto che CartaSi, tramite il contratto di mandato, si occupasse della promozione delle carte Iconcard presso le banche aderenti, mentre nella nuova versione degli accordi è previsto che "*La promozione delle carte Icon nel sistema bancario potrà essere effettuata sia dalla stessa Iconcard attraverso la propria rete di vendita sia tramite la rete distributiva di CartaSi, sia tramite la rete distributiva di Amex ovvero tramite reti distributive di terzi.*"¹⁵⁰

f) collocamento delle carte Iconcard da parte di soggetti diversi da CartaSi

139. Nella nuova versione dell'accordo è stato eliminato l'articolo che prevede che le banche convenzionate a CartaSi siano l'unico canale distributivo per le carte JV.

¹⁴⁴ Cfr. doc. 642, all. 2, "Card Issuer Agreement".

¹⁴⁵ Banche comprese. Infatti, "*viene espressamente consentito ad AESEL (...) di stipulare altri formali accordi di joint venture con istituti bancari per l'emissione e la promozione di prodotti equivalenti alle carte Icon*". Cfr. doc. 639 "memoria difensiva di CartaSi e American Express" pag. 6.

¹⁴⁶ Cfr. doc. 642, all. 2, "Accordo di JV" art. 13.

¹⁴⁷ Cfr. doc. 642, all. 2, "Accordo di JV", art. 8.5.

¹⁴⁸ Cfr. doc. 642, all. 2, "Accordo di JV", art. 8.5.

¹⁴⁹ Cfr. doc. 642, all. 2, "Linee guida per il convenzionamento con le banche", art. 1 e).

¹⁵⁰ Cfr. doc. 642, all. 2, "Accordo di JV", art. 2.5.

III.2.c L'accordo di processing e acquiring

140. L'originario accordo avente ad oggetto le attività di *processing* ed *acquiring*, denominato *Financial Service Agreement*, è stato stipulato in data 27 gennaio 2003 con decorrenza dal 1 luglio 2003 e durata di sette anni¹⁵¹.

L'accordo prevedeva che SI Servizi, o altra società del gruppo, gestisse per Aeel le seguenti attività che verranno meglio illustrate in paragrafi successivi¹⁵²:

- a) il *processing* delle transazioni, effettuate presso esercenti in Italia dai titolari di carte di credito Amex;
- b) l'*acquiring* degli esercenti, in via non esclusiva, che si compone soprattutto del c.d. "primo convenzionamento", vale a dire il raggiungimento di nuovi esercenti Amex la cui affiliazione porta ad un ampliamento della rete di accettazione delle carte di credito Amex;
- c) la negoziazione con le banche delle commissioni dovute per le transazioni effettuate su POS delle banche e delle altre forme di remunerazione delle banche coinvolte dalle transazioni; questa attività si sostanzia in una modifica delle condizioni economiche attualmente vigenti tra Amex e le banche nell'ambito degli accordi di *acquiring* stipulati con quest'ultime.

In particolare, tale accordo si colloca nella prospettiva di CartaSi "di ampliare l'offerta merchant nell'ottica di posizionare CartaSi come "acquirer globale" dell'insieme dei circuiti di pagamento su carta"¹⁵³ e "conferma la mission del Gruppo CartaSi di supportare le Banche nel perseguimento degli obiettivi di redditività per il mondo acquiring"¹⁵⁴. L'acquisizione di Aeel quale cliente sul versante acquiring appare di rilevanza strategica ed è un "ulteriore importantissima referenza", per la quale i servizi resi da CartaSi in partnership con SSB sono stati offerti ad Aeel anche "prescindendo, in alcuni casi, dalla copertura dei costi sostenuti e dal livello di margine ottenibile"¹⁵⁵.

In particolare, l'accordo di processing e acquiring, come meglio descritto nel seguito, consente a CartaSi "di presidiare al meglio il mercato dell'acquiring cogliendo le seguenti opportunità commerciali:

- sinergie con il core business di CartaSi (acquiring Visa/MC/JCB);
- ampliamento del portafoglio servizi da offrire all'esercente;
- maggiori opportunità di relazione con l'esercente;
- capacità di "condizionare" le scelte commerciali dell'esercente per la negoziazione dei flussi VISA-Mastercard"¹⁵⁶.

Tra gli effetti appena citati, il rafforzamento di CartaSi nel rapporto con gli esercenti viene esplicitato anche in termini di "Condizionamento/orientamento, attraverso azioni congiunte con le Banche socie e/o aderenti, delle scelte commerciali degli esercenti con l'obiettivo di incrementare la quota di mercato di CartaSi"¹⁵⁷.

Inoltre l'accordo con AEEL porterà "benefici influssi anche sul transatto VISA/MC"¹⁵⁸ ed, a questo proposito, si ricorda che CartaSi potrà stipulare con l'esercente "nuove convenzioni CartaSi da realizzarsi contestualmente all'attività di convenzionamento per conto di Amex"¹⁵⁹.

141. Prima di stipulare l'accordo di *processing* e *acquiring* con SI Servizi, AEEL si serviva delle prestazioni di *processing* e *acquiring* da parte di Deutsche Bank, in virtù di un contratto stipulato per la prima volta nel 1996, rinnovato nel 1998, ed avente termine il 30 giugno 2003¹⁶⁰. Nel corso del 2002 AEEL e Deutsche Bank hanno avviato trattative per ridefinire il contenuto economico dell'accordo in vista di un

¹⁵¹ Alcune caratteristiche dei servizi oggetto dell'accordo sono definiti in un separato documento denominato "Business Requirements and Feasibility Study", doc. 452.

¹⁵² V. doc. 451 "Financial Service Agreement" tra AEEL e SI Servizi.

¹⁵³ Doc. 314 "Report di CartaSi per lo sviluppo 1999-2002" s.d (pg. 8).

¹⁵⁴ Doc. 359 "Presentazione "Acquiring" (Convention territoriali Banche, Milano 10 aprile 2003), rinvenuto presso la sede di Capitalia (pg. 3).

¹⁵⁵ Doc. 141 "Mail da Avanzi a Cattaneo - Amex acquiring" dell'1 luglio 2002.

¹⁵⁶ Doc. 55 "Accordo gruppo CartaSi-American Express" documento interno a CartaSi senza data.

¹⁵⁷ Doc. 359 "Presentazione "Acquiring" del 10 aprile 2003 effettuata da CartaSi e rinvenuta presso la sede di Capitalia (pg. 23).

¹⁵⁸ Doc. 93 "Comitato di direzione CartaSi" del 10 settembre 2002.

¹⁵⁹ Doc. 545 c) Piano industriale 2004-2006 CartaSi" pg. 51.

¹⁶⁰ Doc. 444 a "Accordo Amex-Deutsche Bank Italia acquiring".

suo possibile rinnovo¹⁶¹; tuttavia, il 3 ottobre 2002 AEEL ha inviato a Deutsche Bank formale disdetta dell'accordo, inviando al contempo una lettera a SI Servizi con la quale accettava l'offerta di massima di quest'ultima¹⁶².

Ad oggi dunque Deutsche Bank ha cessato di svolgere le prestazioni di *processing* e *acquiring* per il gruppo Amex, essendovi subentrata SI Servizi, se non con riferimento alle carte Amex di un numero limitato di società (ad es. Autostrade S.p.A.)¹⁶³. Tuttavia, Deutsche Bank, per questi clienti, svolge soltanto la fase iniziale del *processing* (al momento dell'effettuazione della transazione) e le fasi successive (elaborazione dati) confluiscono nell'attività svolta da SI Servizi.

142. Inoltre, Aeel continua a gestire direttamente e, pertanto, la materia non rientra nell'ambito di applicazione del presente contratto, le attività di *processing* ed *acquiring* connesse ai c.d. clienti internazionali (es. linee aeree) che sono società di grandi dimensioni alle quali sono applicate condizioni con modalità uniformi a livello internazionale.

I servizi di processing svolti da SI Servizi

143. In base all'accordo, SI Servizi, direttamente o attraverso soggetti terzi, svolge le varie attività afferenti il *processing* delle transazioni effettuate con carte Amex presso gli esercizi commerciali convenzionati con tale circuito in Italia nonché la gestione amministrativa del pagamento delle transazioni¹⁶⁴.

In particolare, il *processing* si può distinguere tra *processing* informatico ed operativo. Il *processing* informatico consiste nel trattamento informatico dei dati e nell'elaborazione dei flussi contabili, che servono per l'elaborazione degli estratti conti; il *processing* operativo ha invece essenzialmente ad oggetto la gestione delle dispute e l'attività di *call center*. L'accordo AEEL/SI Servizi concerne la gamma completa di attività di *processing* e quindi ha ad oggetto sia il *processing* informatico che quello operativo.

Tuttavia, SI Servizi, a sua volta, non svolgerà direttamente tutte le attività previste dal contratto ma si avvarrà della collaborazione di SSB, società estranea al gruppo CartaSi, per l'espletamento di alcune attività di natura tecnica-informatica¹⁶⁵.

144. In particolare, nell'ambito delle varie fasi che compongono l'attività di *processing*, SSB si occupa di creare i collegamenti informatici con gli esercenti convenzionati (da Amex, banche o CartaSi), di inviare ad Amex i dati relativi alle richieste di autorizzazione ricevute dai POS per l'effettuazione delle transazioni, di raccogliere i flussi elettronici delle transazioni effettuate sui POS, di inviare all'esercente i rendiconti mensili dei flussi di pagamenti e delle merchant fee di sua spettanza.

SI Servizi si occupa della gestione delle contestazioni avanzate dagli emittenti o dagli esercenti, effettuando gli accertamenti necessari per la risoluzione di tali dispute. Inoltre, SI Servizi, in quanto intermediario abilitato alla prestazione di servizi di pagamento, si occupa di gestire un conto corrente accentrato presso il quale le banche degli esercenti addebitano gli importi alle stesse dovuti da Amex per i pagamenti che tali banche hanno effettuato agli esercenti.¹⁶⁶

145. Grazie al *Financial Service Agreement*, SI Servizi dispone di numerose informazioni sugli esercenti affiliati ad Amex¹⁶⁷.

A questo proposito, le parti hanno previsto nello stesso *Financial Service Agreement* un obbligo di riservatezza in capo a SI Servizi in base al quale sarebbe vietato un uso delle informazioni acquisite per scopi diversi da quelli dell'attuazione dell'accordo¹⁶⁸.

¹⁶¹ Doc. 445 "DBI-disdetta accordo DBI acquiring", doc. 446 "AEEL disdetta accordo acquiring", doc. 447 "Proposta DB acquiring".

¹⁶² Doc. 448 "Rifiuto di AEEL a proposta DB acquiring", doc. 450 "accettazione AEEL offerta CSI acquiring".

¹⁶³ Cfr. doc.517a "Verbale audizione Deutsche Bank S.p.A. dell'11/02/04", pag. 2.

¹⁶⁴ Doc. 451a "Accordo AEEL-SI" del 27 gennaio 2003 .

¹⁶⁵ Doc. 471 "Accordo SI-SSB".

¹⁶⁶ Cfr. doc. 640

¹⁶⁷ Doc. 451 "Accordo Aeel/SI Servizi", doc. 452 "Business Requirements and Feasibility Study" e doc. 471 "Accordo tra SI servizi e SSB", pg. 6.

¹⁶⁸ Doc. 451 a) "Accordo Aeel/SI Servizi", art. 5.01.

I servizi di acquiring svolti da CartaSi

146. Con riferimento all'acquiring, il gruppo CartaSi si è proposto ad AEEL "in qualità di unico partner strategico nella gestione dell'intero processo di acquiring. Infatti, attraverso una collaborazione molto più vicina alla forma di partnership che a quella del semplice outsourcing, le società [CartaSi e SI Servizi, n. d.r.] sono in grado di offrire, quali esponenti di rilievo nel mondo interbancario, un elevato coinvolgimento degli istituti di credito nell'intera operazione"¹⁶⁹.

Gli elementi dell'offerta di CartaSi ad Amex comprendono, tra l'altro, il "presidio del territorio e del mercato con elevata efficacia nei processi di acquisizione e gestione dei merchants", nonché un'"incentivazione del mondo bancario all'utilizzo dei prodotti Amex e all'armonizzazione dei processi con i programmi tecnologici e commerciali degli attori coinvolti"¹⁷⁰.

147. L'attività di ampliamento della rete Amex è stato oggetto di ampio studio e programmazione¹⁷¹ per "individuare le modalità d'approccio e definire il piano di azione commerciale che CartaSi intende adottare per sostenere lo sviluppo della rete di accettazione Amex", "finalizzato al rafforzamento del brand Amex"¹⁷².

A questi fini, il contratto tra SI Servizi e Aeel prevede in capo a CartaSi non soltanto "attività prettamente tecniche-operative" ma altre di tipo strategico riguardanti "lo sviluppo della rete di accettazione di Amex ed eventuali opportunità di business congiunto"¹⁷³.

In particolare, sulla base di liste di nominativi o già presenti nella banca dati di CartaSi oppure segnalati da AEEL, "Attraverso il coinvolgimento della Rete Agenti, CartaSi gestirà le attività di convenzionamento e sviluppo del parco esercenti American Express, nonché le attività di fidelizzazione, che potranno essere avviate sia su indicazione specifica di American Express che autonomamente"¹⁷⁴.

148. La fissazione delle *merchant fees*, che Aeel distingue per categoria¹⁷⁵, è formalmente rimessa ad Aeel medesima, tuttavia si ha evidenza che CartaSi sta attuando l'attività di convenzionamento degli esercenti, proponendo loro l'affiliazione al circuito Amex, anche attraverso iniziative promozionali, quali l'applicazione di uno sconto di € 30¹⁷⁶ ad esercenti già convenzionati CartaSi. La documentazione agli atti non consente di escludere che la determinazione di tale scontistica derivi da decisioni di CartaSi.

149. L'ampliamento della rete Amex avverrà attraverso il canale degli agenti di CartaSi, a cui, in sede istruttoria è emerso che, in qualche forma, si può affiancare l'attività di convenzionamento da parte delle banche aderenti a CartaSi¹⁷⁷.

Infatti, CartaSi, in data 26 giugno 2003, ha inviato a tutte le banche aderenti un'apposita Circolare avente ad oggetto l'"Ampliamento dei servizi acquiring", e nella quale, "Come anticipato nel corso delle ultime convention territoriali" CartaSi ricorda che "dal 1° luglio sarà operativo l'accordo commerciale con la Società American Express Europe Limited" e illustra i principali profili dell'accordo stesso che ha

¹⁶⁹ Doc. 128 "Proposta pricing acquiring", pg. 3.

¹⁷⁰ Doc. 128 "Proposta pricing acquiring", pg. 3.

¹⁷¹ Doc. 78 "Progetto AmEx Acquiring" documento interno a CartaSi senza data.

¹⁷² Doc. 454 *Accordo Amex -SIS-CSI piano d'azione commerciale per Merchants e Banche (acquiring)*.

¹⁷³ Doc. 143 "Mail da Vivaldi ad Avanzi" (dipendenti CartaSi) del 14 luglio 2003.

¹⁷⁴ Doc. 478 "Circolare banche n. 13/2003".

¹⁷⁵ Doc. 456 "Riepilogo commissioni".

¹⁷⁶ Cfr. doc. 457 "lettera CSI proposta convenzionamento ad esercente". Questa lettera è stata comunicata –separatamente - da Aesel (doc. 457) e CartaSi (doc. 482) - in risposta alla richiesta di informazioni del 2 dicembre 2003 relativa al contratto di *acquiring* tra i gruppi CartaSi ed Amex. Successivamente, è stata nuovamente comunicata da Aeel, in data 11 marzo 2004, con la precisazione che tale iniziativa esula dall'attuazione del contratto di *acquiring*, bensì sarebbe da ricondurre ad iniziative separate concordate tra CartaSi ed Aeel (c.d. *aggressive acquisition*, sulla quale v. *infra*) (docc. 555d/481). Si noti che la lettera agli esercenti testualmente inizia con "siamo lieti di informarla che American Express Europe Limited ci ha incaricati di sviluppare la sua rete di accettazione in Italia. Dal 1° luglio 2003, CartaSi ha pertanto la facoltà di proporre a propri esercenti selezionati il convenzionamento con American Express Europe Limited".

¹⁷⁷ Doc. 108 "Verbale Comitato di direzione CartaSi del 28 febbraio 2003", ove si rinvencono riferimenti al coinvolgimento delle banche nell'attuazione del contratto di *[omissis]*; in questo senso anche il Bilancio CartaSi 2002 del 30 aprile 2003 (doc. 576) ove "Non da ultimo, si segnala anche l'accordo per la gestione di servizi dell'acquiring American Express, che suggella la nostra offerta "full-processing"; tale accordo, che verrà reso operativo a metà dell'esercizio in corso, prevede, tra l'altro il coinvolgimento delle strutture commerciali della società e delle banche partner nel convenzionamento esercenti. Ciò consentirà di ampliare l'offerta ai merchant nell'ottica di posizionare CartaSi come "acquirer globale". (pg. 19).

l'obiettivo *“di ottimizzare le attività commerciali rivolte agli esercenti, consentendo alle banche aderenti di sviluppare un'offerta integrata e più ampia”*¹⁷⁸.

150. A conferma del coinvolgimento delle banche aderenti a CartaSi nelle iniziative di *acquiring* derivanti dal contratto SI Servizi/Aeel, si rileva che CartaSi ha lanciato una specifica campagna promozionale per l'affiliazione di esercenti Amex, denominata *“Offerta del Gruppo CartaSi per l'iniziativa “Aggressive Acquisition”*¹⁷⁹, alla quale hanno aderito circa 20 banche del sistema CartaSi, tra le quali due gruppi bancari di primaria importanza (Monte dei Paschi di Siena e Unicredito), Banca Popolare di Lodi SCRL (che è tra i principali operatori di medie dimensioni) e altri operatori medio-piccoli.

Questa iniziativa si è svolta nell'autunno 2003 ed è pertanto conclusa.

In particolare, l'iniziativa è stata concordata con Aeel ed è stata intrapresa *“dalle aziende del Gruppo CartaSi per la gestione di una azione commerciale, nei confronti di esercenti già operanti con CartaSi, finalizzata alla raccolta di circa 10.000 nuove convenzioni per American Express Ltd.”*¹⁸⁰. Il target dell'iniziativa è stato individuato tramite una *“Analisi di sovrapposizione del data Base CartaSi con il Data Base American Express Ltd.”*, l'*“Individuazione delle banche (cfr. allegato A) favorevoli al coinvolgimento dei propri esercenti”* e la *“Predisposizione del target finale sulla base delle indicazioni di American express Ltd e delle stesse Banche per l'iniziativa di direct mailing”*¹⁸¹.

Peraltro per questa attività di individuazione del *target* che ha determinato una condivisione degli archivi di CartaSi e di Aeel relativi agli esercenti, CartaSi ritiene di *“non esporre un corrispettivo”* in capo ad Aeel in considerazione *“Della relazione privilegiata tra il gruppo CartaSi ed American Express Europe Limited”*, e della circostanza *“Che la promozione offerta da American Express rappresenta un beneficio esclusivo per gli esercenti convenzionati CartaSi”*¹⁸².

Tutte le affiliazioni di esercenti nell'ambito di tale iniziativa, *“sono “memorizzate” in un unico archivio.*

Sono previste inoltre:

Predisposizione periodica (due volte per settimana) di un flusso contenente tutti i dati relativi agli esercenti di American Express e creazione automatica della nuova posizione dell'esercente”¹⁸³.

Pertanto, dall'iniziativa *Aggressive Acquisition* si evince l'intensità dei rapporti tra CartaSi ed Aeel in materia di *acquiring* in base ai quali ciascuno mette a disposizione dell'altro importanti informazioni. Inoltre, risulta evidente che CartaSi intende incentivare il convenzionamento Amex anche attraverso le banche ad essa aderenti, con iniziative parallele e coordinate e ciò nell'ambito della relazione privilegiata che si è instaurata con Amex.

151. Nel primo semestre di attuazione, vale a dire nel periodo luglio-dicembre 2003, la rete di agenti CartaSi ha effettuato circa [7000 – 9000] nuove affiliazioni, pari a circa il [23%-28%] del totale dei nuovi convenzionamenti Amex; a tali convenzionamenti si aggiungono circa [3000–5000] affiliazioni effettuate nell'ambito dell'iniziativa *Aggressive Acquisition*, pari a circa il [10%-15%] del totale dei nuovi convenzionamenti Amex¹⁸⁴.

152. Nell'ambito dei servizi di *acquiring*, è anche inclusa la fornitura agli esercenti dei POS da utilizzare per le transazioni in forma elettronica effettuate con carte di credito Amex. Infatti, AEEL non dispone di POS propri e pertanto l'effettuazione di transazioni elettroniche con carta di credito Amex richiede l'utilizzazione di POS forniti o da CartaSi medesima o dalle banche che effettuano il convenzionamento.

La fornitura e la gestione di POS agli esercenti da parte di CartaSi nell'ambito del contratto di *acquiring* per Amex si inserisce in un contesto strategico più ampio. Infatti CartaSi è il primo operatore sull'*acquiring* ed ha sviluppato apposite strategie commerciali per espandersi ulteriormente; in particolare, vi è un

¹⁷⁸ Doc. 478 *“Circolare CSI a banche 13/2003”*

¹⁷⁹ Doc. 481 *“Csi accordo acquiring - amex attività acquisizione esercenti”*.

¹⁸⁰ Doc. 481 *“Csi accordo acquiring - amex attività acquisizione esercenti”*.

¹⁸¹ Doc. 481 *“Csi accordo acquiring - amex attività acquisizione esercenti”*.

¹⁸² Doc. 481 *“Csi accordo acquiring - amex attività acquisizione esercenti”*.

¹⁸³ Doc. 481 *“Csi accordo acquiring - amex attività acquisizione esercenti”*.

¹⁸⁴ Doc. 555 a *“Risposta richiesta informazioni dell'audizione del 4.03.04 e 12.12.2003”* (dati Aeel).

interesse da parte di CartaSi di ampliare la presenza su tale attività, prefiggendosi l'obiettivo per il 2003 di "raggiungere:

- almeno 8.000 installazioni nuove
- 3 milioni di transazioni aggiuntive¹⁸⁵.

Diversamente, nel caso in cui il convenzionamento al circuito Amex avvenga presso esercenti che siano già in possesso di un POS fornito da operatori bancari, SI Servizi si è comunque impegnata a che tali operatori non tengano comportamenti che ostacolino l'utilizzo dei loro POS per le transazioni con carte Amex¹⁸⁶.

La gestione dei rapporti con banche da parte di CartaSi

153. Analogamente a quanto rilevato con riferimento alla cooperazione Amex/CartaSi inizialmente prevista sul lato *issuing*, l'accordo di *acquiring* si inquadra nella strategia di CartaSi di mantenere stretto il rapporto con le banche. Infatti, in simmetria con quanto Aeel e CartaSi avevano concordato in sede di cooperazione *issuing*, CartaSi gestisce per Aeel, sulla base di linee direttrici concordate, i rapporti con le banche.

154. In particolare, CartaSi si sarebbe occupata della "liquidazione dei compensi relativi al circuito American Express che verrà effettuata da CartaSi secondo le attuali modalità operative in vigore per l'erogazione dei compensi alle Banche"¹⁸⁷.

Da quanto esposto, emerge che, a seguito dell'accordo originario con Aeel, l'attività di convenzionamento che le banche aderenti a CartaSi svolgono per Aeel veniva assorbita interamente nel sistema di compensi CartaSi, attualmente utilizzato nell'ambito dei circuiti Visa e Mastercard.

155. Inoltre, con l'entrata in vigore dell'accordo originario, Amex interrompeva "(...) l'attività commerciale nei confronti delle banche per la definizione dei compensi"¹⁸⁸, che veniva effettuata da CartaSi.

AEEL aveva infatti conferito a CartaSi (e SI Servizi) apposito incarico¹⁸⁹ di concordare, in suo nome e per suo conto, la modifica degli schemi di remunerazione contrattualmente stabiliti nelle convenzioni in corso tra Amex e le banche per attività di *acquiring*.

CartaSi ha dato attuazione all'impegno assunto con AEEL inviando alle banche precise comunicazioni in proposito, pervenendo alla conclusione di un certo numero di nuovi contratti.¹⁹⁰

III.2.d Le modifiche apportate all'accordo di processing e acquiring

156. La versione modificata dell'accordo relativo all'attività di processing e *acquiring* presenta una struttura contrattuale differente rispetto a quella originariamente valutata. In particolare, mentre l'accordo originario si componeva di un unico contratto, che disciplinava in via unitaria l'attività di *processing*, quella di convenzionamento degli esercenti, nonché l'attività di rinegoziazione dei compensi, il nuovo accordo si compone di due distinti contratti che disciplinano separatamente le prime due attività, mentre la terza cessa di essere svolta da CartaSi, come di seguito emerge dalla descrizione delle principali modifiche.

Il contratto di convenzionamento

a) eliminazione della delega a CartaSi per la negoziazione dei compensi alle banche

157. Nella parte del nuovo accordo di processing dedicata alla remunerazione per i servizi resi da SI Servizi ad Amex, è stata completamente eliminata la previsione che SI Servizi effettui l'attività di negoziazione con le banche dei compensi ad esse dovute da Amex per il passaggio delle transazioni effettuate con carte Amex sui POS di loro proprietà, in modo da garantire ad Amex una riduzione di tale costo. Ciò implica che viene restituita ad Amex la determinazione ed il pagamento da parte di CartaSi dei compensi dovuti alle banche.

b) disciplina dell'attività di convenzionamento per Amex svolta dalle banche aderenti a CartaSi

¹⁸⁵ Doc. 87 "Iniziativa Commerciale POS su "Mercato Aperto" del 8 gennaio 2003.

¹⁸⁶ Doc. 451 "Accordo Aeel-SI Servizi" pg. 16.

¹⁸⁷ Doc. 478 "Circolare CSI a banche 13/2003".

¹⁸⁸ Doc. 454 "Accordo Amex -SIS-CSI piano d'azione commerciale per Merchants e Banche (acquiring)", pg. 12.

¹⁸⁹ Doc. 460 "Mandato di AEEL a CSI e SI (acquiring)".

¹⁹⁰ Doc. Doc. 478 "Circolare CSI a banche 13/2003 e altre comunicazioni a banche".

158. Il nuovo contratto che disciplina l'attività di convenzionamento svolta da SI Servizi per conto di Amex, che ha durata di 1 anno, ed è tacitamente rinnovabile per successivi periodi di 1 anno, prevede che “*le attività di cui al presente accordo saranno svolte da SI Servizi esclusivamente a mezzo della propria forza vendite, con l'esclusione di qualsiasi coinvolgimento di terze banche o istituti finanziari con i quali SI Servizi possa intrattenere rapporti di altra natura*”¹⁹¹

Inoltre, SI Servizi si impegna a “non effettuare alcuna comunicazione relativa al presente accordo e in generale all'intera attività di convenzionamento degli esercizi svolta da AEEL, ad esercizi e/o banche se non dietro la preventiva approvazione scritta da parte di AEEL”¹⁹².

159. Nella parte del contratto di convenzionamento dedicata alla remunerazione spettante a SI Servizi per l'attività svolta, è previsto che *[omissis]*¹⁹³

c) vincoli all'attività di SI Servizi

160. Nel testo del nuovo contratto di convenzionamento è previsto che “SI Servizi si impegna a provvedere con i propri mezzi alla perfetta gestione delle attività promozionali in conformità alle specifiche ed alle istruzioni impartite da AEEL”¹⁹⁴ e che AEEL determinerà su base annuale sia il numero di esercizi da convenzionare sia le relative categorie merceologiche.

Inoltre, il medesimo contratto prevede che “SI Servizi non potrà utilizzare i servizi svolti ai sensi del presente accordo o la relazione con AEEL per indurre o forzare esercizi e/o banche in relazione ad altri particolari rapporti instaurati od instaurandi tra SI Servizi e detti soggetti” e che lo svolgimento di servizi analoghi per concorrenti di AEEL avvenga in maniera da non penalizzare o discriminare Amex.

Il contratto di processing

161. L'accordo di processing è stato modificato in modo da disciplinare in modo maggiormente dettagliato le barriere al flusso di informazioni sensibili tra SSB e SI Servizi, e tra questa società ed altre del gruppo CartaSi.

162. Anche a seguito delle modifiche apportate dalle parti, discende che:

1) né società del gruppo CartaSi, né SSB, grazie all'accordo in esame, vengono in possesso di informazioni rilevanti per l'attività di emissione delle carte (ovvero informazioni sui titolari delle carte e sulle loro abitudini di spesa);

2) SI Servizi avrà accesso solo sporadicamente a informazioni relative a *merchant fee* e valore delle transazioni solo nei casi in cui queste non vadano a buon fine con l'iter normale ma che, invece, siano soggette a contestazioni da parte di titolari o esercenti. Si tratta di casi che nel complesso sono largamente minoritari.

3) sarà SSB, società non appartenente al gruppo CartaSi, a entrare in possesso di tutte le informazioni più significative relative all'attività di acquiring svolta da Amex.¹⁹⁵

163. Nel contratto di processing è stato inserito l'obbligo di riservatezza di SSB in relazione alle informazioni confidenziali acquisite, inerenti l'attività di Amex. In particolare, SSB si obbliga a non rendere note a terzi tali informazioni (ivi inclusa SI Servizi, se non strettamente necessario per l'espletamento dell'attività di processing) e di non utilizzarle per qualunque altro fine diverso da quello dell'attività di processing.

SSB sottoscrive il contratto di processing al preciso fine di assumere tali obbligazioni, oltre che al fine della presa d'atto del contratto in essere tra SI Servizi e AEEL e della disposizione ivi contenuta che prevede l'attribuzione a SSB dello svolgimento in *outsourcing* di alcune fasi del processing¹⁹⁶.

164. Inoltre, sono stati resi più espliciti e dettagliati gli obblighi di confidenzialità di SI Servizi, alla quale è fatto divieto di utilizzare le informazioni di cui viene in possesso per finalità diverse da quelle dell'accordo

¹⁹¹ Cfr. doc. 642, all. 4 “Contratto di convenzionamento”, art. 1

¹⁹² Cfr. doc. 642, all. 4 “Contratto di convenzionamento”, art. 4.3 lett.g)

¹⁹³ Cfr. doc. 642, all. 4 “Contratto di convenzionamento”, all. B

¹⁹⁴ Cfr. doc. 642, all. 4 “Contratto di convenzionamento”, art. 4.3

¹⁹⁵ Cfr. doc. 640.

e di diffonderle a terzi, ivi incluse società appartenenti al medesimo gruppo, limitando l'accesso delle informazioni solo ai dipendenti che debbono svolgere le mansioni collegate.

IV. LE ARGOMENTAZIONI DELLE PARTI

165. Nel corso dell'istruttoria, le parti hanno affermato la non restrittività degli accordi oggetto del presente procedimento e richiesto, in via subordinata e per ciascuno degli accordi in esame, l'applicazione dell'autorizzazione in deroga, in particolare nella memoria presentata congiuntamente in data 23 marzo 2004¹⁹⁷. Inoltre, nella memoria congiunta presentata in data 18 giugno¹⁹⁸ e nell'audizione finale del 23 giugno, le parti hanno illustrato come le modifiche apportate agli accordi dopo il ricevimento della CRI consentirebbero di superare i rilievi espressi dall'autorità nella lettera delle risultanze istruttorie.

IV.1 La non restrittività dell'accordo di issuing

166. In via preliminare, le parti richiamano i profili di restrizione della concorrenza connessi all'accordo di *joint venture* evidenziati dall'Autorità: a) la costituzione di Iconcard riduce gli incentivi a competere di Aesel e CartaSi le quali, determinando congiuntamente, in seno all'impresa comune, le caratteristiche delle carte da questa emesse, assumono decisioni complessivamente volte a ridurre il grado di sovrapposizione dei prodotti offerti sul mercato; b) l'accordo tra i due operatori determina una riduzione della concorrenza potenziale e una preclusione dell'accesso al canale bancario; c) per effetto dell'accordo, risulta rafforzata la posizione di CartaSi quale soggetto avente il ruolo di coordinare l'attività delle banche nel mercato delle carte di credito. Inoltre, ponendosi CartaSi quale partner esclusivo di Aesel, si determina una regressione della presenza autonoma di quest'ultima nel canale bancario.

Con riferimento a ciascun profilo - riduzione della concorrenza nel mercato tramite coordinate scelte di differenziazione del prodotto, riduzione della concorrenza potenziale, rafforzamento del ruolo di CartaSi - le parti, nella memoria del 23 marzo argomentano circa la non restrittività dell'accordo e inoltre, nella memoria del 18 giugno, illustrano come le modifiche dell'accordo costituiscano dei rimedi idonei a sanare i problemi evidenziati, affermando, tuttavia, preliminarmente, che dette modifiche intendono venire incontro ai rilievi dell'Autorità, senza per questo condividerli.

167. Nella memoria del 23 marzo 2004, CartaSi ed Aesel affermano che l'attività della *joint venture* è destinata ad "*occupare soltanto una parte marginale della loro attività complessiva*". E ciò in particolare, per CartaSi, in considerazione dell'ampia gamma di carte che essa offre, anche affiliate ai circuiti Visa e Mastercard.

In questo contesto, le parti ritengono che la valutazione sulla lesività dell'accordo non superi i *test* indicati dalla Commissione europea nelle "*Linee Diretrici sull'applicabilità dell'art. 81 del Trattato Ce agli accordi di cooperazione orizzontale*"¹⁹⁹ (spec. punti 84 e 88 sugli accordi di produzione) ove la valutazione dell'effetto di coordinamento è sostanzialmente ricondotto a due parametri di riferimento, vale a dire che l'accordo riguardi una rilevante messa in comune della produzione totale delle parti e un grado sostanziale di condivisione dei costi. In particolare, il Business Plan di Iconcard prevede che quest'ultima sosterrà un costo equivalente a circa il 10% dei costi normalmente sostenuti dalle parti.

168. Inoltre, nella medesima memoria le parti affermano che l'impresa comune non è un luogo di coordinamento in quanto, a) sin dall'inizio è stato previsto che Iconcard si limiti ad applicare alle proprie carte le condizioni di offerta al pubblico valevoli per le carte comparabili emesse da Aesel e b) che Iconcard abbia un ruolo circoscritto nella definizione delle caratteristiche delle nuove carte. In altri termini, ad avviso delle parti, fin dall'origine il ruolo di Iconcard è stato concepito come limitato.

169. Dopo aver sostenuto che Iconcard ha un raggio d'azione limitato, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, le parti proseguono argomentando che l'accordo non potrà dare luogo ad una strategia commerciale complessiva coordinata. Infatti, Aesel e CartaSi saranno incentivate, a prescindere

¹⁹⁶ Cfr. doc. 642, all. 3 "Financial Service Agreement".

¹⁹⁷ Doc. 567 "*Memoria difensiva di CartaSi e American Express*" del 23 marzo 2004.

¹⁹⁸ Doc. 639 "*Memoria difensiva di CartaSi e American Express*" del 18 giugno 2004.

¹⁹⁹ In G.U.C.E. C3 del 6 gennaio 2001.

dall'impresa comune, a sviluppare le loro attività svolte autonomamente e quindi a continuare a porre in essere corrette dinamiche concorrenziali. Ciò in quanto i profitti che le imprese madri raggiungono individualmente sono comunque superiori rispetto a quelli, condivisi, che svilupperanno in seno alla JV.

170. Passando a quanto sostenuto nella memoria del 18 giugno, che si riferisce, come detto, alle modifiche apportate all'accordo, CartaSi ed Aesel osservano come il nuovo vincolo previsto per Iconcard a non emettere carte in nulla diverse dalle quattro già offerte da Amex, determini: - il contenimento dell'attività dell'impresa comune, la cui importanza diverrebbe così ancor meno significativa di quanto già non fosse originariamente; - il venir meno della congiunta determinazione da parte delle imprese madri delle caratteristiche delle future carte Icon.

Quest'ultimo elemento, ad avviso delle parti, eliminerebbe in radice il rischio che CartaSi ed Aesel decidano in modo coordinato la differenziazione dei prodotti complessivamente offerti sul mercato. Le parti, poi, ribadiscono che, a maggior ragione dopo le modifiche apportate all'accordo, tenuto conto della ridotta portata dell'attività svolta in comune attraverso Icon, CartaSi e Aesel mantengono intatti i propri incentivi a competere nell'offerta autonoma di carte.

171. In merito alla riduzione della concorrenza potenziale, nella memoria del 23 marzo, CartaSi ed Aesel sostenevano che lo sviluppo di iniziative autonome da parte delle banche non sarebbe stato precluso dall'accordo, in particolare dalle clausole di esclusiva in esso contenute a carico di Aesel ancorché dette clausole le impedissero (i) di distribuire carte analoghe a quelle Icon tramite le banche coinvolte nel collocamento di queste ultime, (ii) di costituire imprese comuni con banche per l'emissione di carte analoghe a quelle Icon.

Dette clausole, come noto, sono state successivamente rimosse e pertanto, nella memoria del 18 giugno, le parti sottolineano che, per effetto dell'eliminazione di tali vincoli, viene ripristinata la possibilità che altri operatori offrano prodotti concorrenti a quelli emessi da Icon, tramite rapporti con Amex.

172. Inoltre, anche concorrenti diversi dalle banche licenziatricie di Visa e Mastercard, quali il circuito Diners, non sarebbero messi in condizione di insuperabile svantaggio dall'accordo, poiché rimarrebbero per loro accessibili diverse opzioni al fine di aumentare la propria presenza sul mercato. In particolare, le parti danno conto del fatto che negli Stati Uniti le carte Diners saranno presto accettate presso tutti gli esercenti convenzionati con il circuito Mastercard e che tale politica di accettazione sarà estesa anche all'Europa. Ciò aumenterà la rete di accettazione delle carte Diners e quindi gli incentivi al loro acquisto da parte di potenziali titolari.

173. In merito al rafforzamento di CartaSi, nella memoria del 23 marzo, le parti osservano che essa svolge, in seno ad Iconcard, un ruolo limitato e ricordano inoltre che il gruppo CartaSi è stato oggetto di un importante ristrutturazione societaria, volta anche a superare i problemi concorrenziali messi in luce dall'Autorità in sue precedenti decisioni. In particolare, la capogruppo non opera più direttamente sul mercato e svolge le funzioni di mera direzione e coordinamento e sono stati predisposti meccanismi tali per i quali nel consiglio di amministrazione delle diverse società-prodotto del gruppo CartaSi non possono partecipare esponenti di operatori che svolgono attività in concorrenza con la società prodotto stessa.

174. Nel corso dell'audizione del 23 giugno 2004, i rappresentanti di CartaSi hanno inoltre sottolineato che, sulla base delle modifiche apportate all'accordo, la posizione di CartaSi nell'impresa comune ha subito un generale ridimensionamento, non sussistendo più esclusive a suo favore. CartaSi non è più un canale necessario per la distribuzione delle carte, non distribuisce più i compensi alle banche e inoltre non può condizionare l'attività di queste ultime che sono libere di assumere decisioni di differenziazione del prodotto.

IV.2 L'esenzione in deroga dell'accordo di issuing

175. In via subordinata, le parti ritengono che l'accordo relativo ad Iconcard sia suscettibile dell'esenzione individuale di cui all'art. 4 della legge n. 287/90 e, a questo fine, argomentano la sussistenza dei quattro requisiti necessari.

176. In merito al miglioramento delle condizioni di offerta, CartaSi ed Aesel sostengono che l'accordo sarebbe idoneo a produrre detto miglioramento poiché consente evidenti incrementi di efficienza. In tal

senso rileverebbero le recenti Linee Diretrici della Commissione Europea sull'applicazione dell'articolo 81(3) CE le quali precisano che *“lo scopo dell'analisi è determinare quali sono i vantaggi obiettivi apportati dall'accordo e quale è l'importanza economica degli incrementi di efficienza”*.

177. In particolare, gli incrementi di efficienza consentiti dall'accordo derivano dall'utilizzo del canale di distribuzione bancario, che risulta meno costoso dei canali c.d. tradizionali e permette inoltre una riduzione del rischio di insolvenza, grazie alla conoscenza detenuta dalle banche della situazione finanziaria del cliente al quale la carta è offerta. Detta conoscenza è poi funzionale a indirizzare l'offerta di carte premium verso una clientela opportunamente selezionata, riducendo pertanto i costi di un'attività di marketing indiscriminata.

Ulteriore elemento di riduzione dei costi è costituito dal fatto che CartaSi beneficerà di economie di scala. In particolare, CartaSi potrà meglio sfruttare la propria piattaforma tecnologica.

178. In merito alla sussistenza di un beneficio per i consumatori, le parti sottolineano che grazie all'accordo le banche potranno offrire un nuovo prodotto ai propri clienti praticando, se lo trovano conveniente, prezzi più bassi rispetto a quelli delle corrispondenti carte American Express. In tal modo, potranno essere meglio soddisfatte le esigenze dei clienti delle banche che si vedranno proporre un'offerta più ricca e articolata e potranno, laddove decidessero di detenere più carte, gestire tutti i relativi rapporti con un unico interlocutore.

179. Con riguardo alla indispensabilità dell'accordo, le parti nuovamente richiamano le Linee direttrici della Commissione europea sull'applicazione dell'articolo 81(3) CE e in particolare il passaggio dove si afferma che *“per quanto riguarda la terza condizione di cui all'articolo 81, paragrafo 3, il fattore decisivo è se l'accordo restrittivo permette o no di realizzare l'attività in questione in maniera più efficiente di quanto sarebbe avvenuto in assenza dell'accordo”*. Su questa base, CartaSi ed Amex sostengono di non dover dimostrare l'indispensabilità dell'accordo per la distribuzione nel canale bancario di carte di credito *premium* ma piuttosto l'indispensabilità dell'intesa per una più efficiente distribuzione in tale canale.

180. Al riguardo, rilevano le riduzioni di costo consentite dall'accordo già illustrate in precedenza e, continuano le parti, non replicabili attraverso il ricorso a soluzioni alternative, quali accordi di distribuzione o costituzione di imprese comuni con gruppi bancari.

Sul punto le parti spiegano che le banche si sono dimostrate indisponibili a raccogliere le proposte in tal senso avanzate da Aesel in passato, avendo scarsi incentivi a impegnarsi, con un ruolo di mere intermediarie, nella distribuzione di carte con marchio American Express. Tale attività che non produce alcun beneficio in termini di immagine comporta inoltre il rischio che il cliente, dialogando in modo indipendente con Aesel, possa essere destinatario da parte di quest'ultima di offerte di servizi finanziari analoghi a quelli della banca.

181. Al contrario, per effetto dell'accordo, le parti realizzeranno una nuova piattaforma tecnologica - che consente il collegamento informatico tra Iconcard e le singole banche secondo modalità analoghe a quelle seguite in precedenza da CartaSi per le proprie carte - che consentirà alle banche di personalizzare con il proprio logo tutte le comunicazioni con i titolari della carta, così che questi ultimi avranno la percezione che la carta è stata prodotta congiuntamente dalla propria banca e da American Express.

Ad avviso delle parti, Aesel non avrebbe potuto sviluppare da sola una piattaforma in grado di gestire la personalizzazione delle carte con una pluralità di banche: i costi necessari, viene affermato, sono sostenibili solo se condivisi con altri partner e, soprattutto, se i volumi di vendita realizzabili sono sufficientemente ampi.

Viene inoltre sottolineato che i dati oggetto delle comunicazioni tra le banche e i titolari, gestite attraverso la piattaforma, saranno inaccessibili ad Aesel.

In sintesi, attraverso questo insieme di elementi, le banche risultano direttamente coinvolte nel rapporto con il cliente e uniche depositarie, insieme ad Iconcard, delle informazioni relative ai titolari. Ciò rende possibile ad Aesel un più agevole accesso al canale bancario.

182. E del resto, che risulti per Aesel necessario rimuovere attuali difficoltà di penetrazione nel canale bancario appare, ad avviso di quest'ultima, del tutto evidente, se si considera che, nel periodo 2000-2003, a

fronte di un aumento del [72% - 82%] del numero di nuove carte *premium* e *small business* emesse, è diminuito il numero di carte distribuite dalle banche. Nello stesso periodo, il peso del canale bancario nella distribuzione di carte Amex *premium* e *small business* è passato dal [20%-30%] al [5% - 10%] .

183. Infine, per quanto riguarda CartaSi, l'indispensabilità dell'accordo deriva dalla considerazione che per produrre carte di standard equivalente a quelle Amex, dovrebbe sostenere investimenti di gran lunga superiori a quelli necessari in base all'accordo.

184. Da ultimo, con riguardo al requisito della preservazione del livello di concorrenzialità sul mercato, le parti osservano che, nel mercato degli emittenti di carte di credito, l'accordo ha un impatto piuttosto limitato poiché al più le carte emesse da Iconcard "*potranno riuscire a raggiungere una quota del 2% in termini di spesa*".

Peraltro, la concorrenza *intra-brand* sarà incentivata dall'accordo in quanto le banche potranno agire sulla leva del prezzo e personalizzare le carte Amex. E ciò potrebbe indurre anche Aesel a ridurre il prezzo delle proprie carte.

185. L'accordo inoltre, comportando la nascita di un nuovo emittente di carte di credito operanti sul circuito American Express, migliorerà la posizione competitiva del circuito American Express, attualmente del tutto minoritaria, rispetto ai circuiti concorrenti Visa e Mastercard. E ciò, ad avviso delle parti favorirà lo sviluppo della concorrenza tra circuiti.

IV.3 La non restrittività dell'accordo di acquiring

186. Come detto, le parti affermano la non restrittività dell'accordo(i) relativo(i) alle attività di *processing* ed *acquiring* ed hanno sviluppato le loro argomentazioni nelle già citate memorie congiunte presentate in data 23 marzo e 18 giugno 2004, così come nell'audizione finale del 23 giugno, formulando altresì la richiesta, in via subordinata, di applicazione dell'esenzione in deroga.

187. In particolare nella memoria del 18 giugno, le parti richiamano i profili di restrizione della concorrenza connessi all'originario accordo di *processing* ed *acquiring* evidenziati dall'Autorità: l'accordo sortisce effetti collusivi in quanto CartaSi determina importanti variabili competitive dell'attività di *acquiring*, anche considerando che il convenzionamento degli esercenti da parte di CartaSi non avviene solo ad opera della sua rete agenti ma anche delle banche aderenti.

Nella medesima memoria, pur chiarendo preliminarmente di non condividere i rilievi dell'Autorità, in quanto l'intesa viene ritenuta non lesiva, le parti argomentano come le modifiche apportate all'accordo rimuovano i presunti profili di criticità menzionati nelle CRI.

188. In realtà, in merito alla non restrittività, già nella memoria del 23 marzo le parti avevano evidenziato che l'accordo in esame sostituiva l'accordo tra Aeel e Deutsche Bank e pertanto SI Servizi si limitava a sostituire un altro operatore nella prestazione di servizi di natura prevalentemente tecnica.

189. In particolare, poi, veniva sottolineato che l'accordo sulla processazione delle transazioni è un mero accordo *outsourcing* che consente una gestione di servizi più efficiente ed a costi più contenuti di quanto non si verificasse con l'accordo con Deutsche Bank.

Inoltre l'accordo prevede obblighi di confidenzialità che pongono al riparo dal rischio che CartaSi venga a conoscenza di informazioni sensibili di Amex in materia di *acquiring*.

In ogni caso, CartaSi non avrebbe comunque interesse concreto a conoscere le informazioni relative all'attività di *acquiring* di Aeel in quanto le "*decisioni commerciali relative al convenzionamento degli esercenti sono infatti adottate tenendo conto della concorrenza intra-brand portata dagli altri titolari di licenze acquiring rilasciate da Visa e Mastercard, e non dal comportamento di imprese che operano su diversi circuiti*".

190. Sulle attività di convenzionamento, le parti, fin dalla memoria del 23 marzo, sottolineavano che CartaSi sarà soltanto uno tra i molti operatori che opereranno il convenzionamento per conto di Amex e che essa determinerà un ampliamento della rete Amex in misura non significativa.

CartaSi inoltre non interferirà in alcun modo nelle politiche commerciali di Amex nei confronti degli esercenti, politiche che rimangono totalmente in capo ad Amex. CartaSi inoltre opera l'ampliamento della rete Amex attraverso la rete agenti, i quali, nel rapporto con l'esercente, escono di scena dopo avere

effettuato il convenzionamento. Peraltro, molti operatori, diversi da CartaSi, sono nella posizione di offrire agli esercenti il convenzionamento per tutti i principali circuiti e pertanto CartaSi non si colloca in una posizione peculiare.

191. Quanto, alla negoziazione dai compensi alle banche, profilo poi venuto meno, veniva sostenuto che essa si spiegava in relazione alla necessità di adeguare la struttura di remunerazione delle banche all'evoluzione del mercato e che comunque l'accordo era limitato nel tempo.

192. Nella memoria del 18 giugno, le parti osservano che nella CRI l'Autorità indica che l'accordo non sarebbe in grado di produrre apprezzabili restrizioni della concorrenza se si limitasse ad avere come oggetto "*la presentazione di moduli agli esercenti e la processazione delle transazioni*" e se dal punto di vista quantitativo l'intervento di CartaSi avesse un impatto simile a quello prodotto da altri operatori utilizzati da Amex per il convenzionamento.

193. Proprio in quest'ottica, è stata espunta dall'accordo originario l'attività di negoziazione dei compensi dovuti da Aeel alle banche. In tal modo, viene meno il compito di CartaSi di definire e gestire una variabile competitiva dell'attività di *acquiring* di Aeel, variabile che ritorna nella completa disponibilità di quest'ultima impresa.

Inoltre, le parti ribadiscono che, come richiesto dall'Autorità, l'attività degli agenti di CartaSi si limita alla mera presentazione dei moduli di convenzionamento in quanto Aeel determina oltre alla merchant fee anche il numero di esercizi da convenzionare e le relative categorie merceologiche. Nell'audizione del 23 giugno, tuttavia, Aeel ha aggiunto che l'attività di convenzionamento, diversamente dal *processing*, non ha natura puramente tecnica e che richiede una certa conoscenza del mercato.

194. Sotto il profilo quantitativo, poi, le parti affermano che l'attività di *acquiring* svolta da SI Servizi non può in alcun modo coinvolgere le banche, anche per effetto dei nuovi espliciti divieti in tal senso inseriti nell'accordo. In tal modo, l'attività di convenzionamento che verrà svolta dalle banche sulla base dei contratti bilaterali conclusi con Aeel sarà effettuata in concorrenza con l'attività svolta dagli agenti utilizzati da CartaSi. Del resto, sostengono le parti, ciò era vero anche in precedenza. Né l'esistenza dell'iniziativa *Aggressive Acquisition*, cui si fa riferimento nelle CRI, sarebbe idonea a provare il contrario, dato che tale iniziativa, del tutto eccezionale, non è stata assunta in applicazione dell'accordo oggetto del procedimento, ma per effetto della collaborazione già instauratasi alcuni mesi prima tra Aeel e SI Servizi. Inoltre, la scontistica applicata ai fini dell'*Aggressive Acquisition* è stata comunque determinata da Aeel.

195. Ad avviso delle parti, nulla aggiungono, in merito al ruolo svolto da CartaSi, nemmeno le comunicazioni alle banche di quest'ultima, discusse nella CRI, secondo le quali CartaSi riteneva "*di poter offrire alle banche la possibilità di effettuare il convenzionamento per conto di Amex*". La scarsa rilevanza di questi documenti interni deriva, secondo le parti, dal fatto che essi si riferiscono a mere ipotesi. E in ogni caso, le parti non vedono concretamente come CartaSi possa esercitare un ruolo di "guida" dell'attività delle banche nel convenzionamento.

196. Esaminando poi i dati relativi al convenzionamento svolto per conto di Aeel da SI servizi e CartaSi nei primi cinque mesi del 2004, le parti osservano che l'apporto degli agenti si è molto ridotto, mentre hanno avuto un ruolo predominante le banche, sulla base degli accordi già in essere con Aeel.

197. Relativamente al rafforzamento di CartaSi rispetto ai suoi concorrenti acquirer, prefigurato nella CRI come conseguenza dell'accordo, le parti sottolineano che anche gli altri licenziatari di Visa e MasterCard hanno la possibilità di proporre a tutti gli esercenti il convenzionamento ad American Express. L'accordo in esame, pertanto, non attribuisce a CartaSi nessuna particolare caratteristica differenziale rispetto ai concorrenti, idonea a determinare il supposto rafforzamento.

198. Per tutti questi motivi, risulta chiaro, ad avviso delle parti, che l'accordo di convenzionamento non è volto a restringere la concorrenza ma piuttosto ispirato dal desiderio di sfruttare appieno la rete di agenti di CartaSi.

IV.4 L'esenzione in deroga degli accordi di processing ed acquiring

199. Le parti, a fondamento della richiesta di autorizzazione in deroga, argomentano la sussistenza dei requisiti di cui all'art. 4 della legge n. 287/90.

200. In primo luogo, gli accordi oggetto di valutazione determineranno un miglioramento delle condizioni di offerta in termini di riduzione dei costi, permettendo agli operatori coinvolti un uso più efficiente delle loro risorse.

Relativamente all'attività di processing, ciò deriva dalla possibilità per AEEL di beneficiare dei servizi ad elevato contenuto tecnologico prestati da un operatore specializzato, possibilmente partecipando alle economie di scala realizzate da quest'ultimo. A ciò si aggiunga che, il gruppo CartaSi sta progressivamente *“evolvendo verso un ruolo di prestatore di servizi, anche alla luce della costante ed inevitabile diminuzione delle sue quote di mercato dovuta al crescente ricorso delle banche italiane alle licenze dirette di Visa e Mastercard. Un cliente dell'importanza di AEEL riveste un ruolo fondamentale nel processo di trasformazione che sta attraversando il gruppo CartaSi”*.

L'attività di convenzionamento svolta da CartaSi permetterà di rivitalizzare il ruolo della sua rete di agenti, che esaurivano gran parte delle loro funzioni una volta effettuato il convenzionamento per Visa e/o Mastercard. Inoltre, l'accordo consente un più rapido allargamento della rete di esercizi convenzionati al circuito Amex.

201. Quanto al beneficio per i consumatori, le parti ipotizzano che l'efficienza complessiva del sistema si potrà tradurre in una riduzione della *merchant fees* a carico degli esercenti. Inoltre i *“benefici dell'accordo di processing si riverteranno tramite le economie di scala tipiche dei servizi EDP sullo stesso processor SI Servizi/SSB ed indirettamente, tramite i suoi clienti, sui consumatori”*.

Per altro profilo, l'attività di convenzionamento svolta da CartaSi, che consente l'ampliamento della rete Amex, favorirà i titolari delle carte affiliate a tale circuito e determinerà, in generale, una maggiore fiducia nelle carte come mezzo di pagante.

202. In merito al terzo requisito, le parti affermano che, in assenza degli accordi, Aeel sarebbe costretta a *“mantenere in piedi una struttura dedicata alla processazione dei dati ed a potenziare la rete di agenti sul territorio, sopportandone i relativi costi e subendo un'evidente perdita di competitività nei confronti dei circuiti Visa e Mastercard”*. Inoltre il meccanismo dei pagamenti per gli esercenti usato da Aeel non ha dato risultati soddisfacenti e *“sarebbe estremamente difficile e dispendioso, se non impossibile, garantire con proprie strutture autonome la stessa efficienza assicurata dall'accordo di outsourcing, mentre l'offerta di un altro processor alternativa a quella di SI Servizi si presenta obiettivamente meno conveniente”*.

203. Relativamente all'attività di convenzionamento svolta da CartaSi, le parti, osservando preliminarmente come le ragioni a supporto della sua indispensabilità non siano altrettanto evidenti di quelle che sostengono l'accordo di *processing*, affermano che senza la collaborazione con CartaSi sul convenzionamento, Aeel si troverebbe obbligata a potenziare la propria rete di agenti sul territorio, oppure a rivolgersi a una nuova rete di agenti che potrebbe rivelarsi non altrettanto efficace.

204. Infine, gli accordi, a maggior ragione nella loro versione modificata, non restringono le dinamiche competitive soprattutto in ragione del *“limitato rapporto di concorrenza che esiste fra Aeel e CartaSi sul versante acquiring e del fatto che le parti stabiliscono in completa autonomia le condizioni di convenzionamento dei merchant”*. Il versante dell'*acquiring* è peraltro caratterizzato da un elevato grado di concorrenzialità, confermato dall'andamento decrescente delle *merchant fee*.

V. VALUTAZIONI GIURIDICHE

V.1. Qualificazione delle fattispecie

205. Il presente procedimento ha per oggetto l'accordo, comunicato ai sensi dell'art. 13 della legge n. 287/90, tra CartaSi e Aesel per la costituzione dell'impresa comune Iconcard.

Iconcard ha la forma giuridica della società per azioni ed è stata formalmente costituita ai fini della realizzazione dell'accordo oggetto di valutazione.

Iconcard svolgerà l'attività principalmente tramite i supporti forniti dalle imprese madri. In particolare, l'impresa comune emetterà, tramite le funzioni espletate dalle imprese madri, una gamma di carte di credito per il canale bancario, che si affiancherà alle carte già emesse da CartaSi e da Aesel. Entrambe le imprese madri e l'impresa comune opereranno contestualmente sul medesimo mercato.

206. Alla luce di quanto esposto, l'impresa comune non è *full function* e la contestuale presenza sul medesimo mercato delle imprese madri e dell'impresa comune determina un effetto di coordinamento tra le imprese madri nell'attività di emissione e commercializzazione delle carte di credito.

Pertanto, l'accordo per la costituzione della impresa comune, con i relativi contratti collaterali, ha ad oggetto un'impresa comune cooperativa che costituisce un'intesa ai sensi dell'art. 2 comma 1 della legge n. 287/90.

Poiché l'impresa comune è in una fase embrionale di operatività, ai fini della valutazione dell'intesa in esame occorre considerare i possibili effetti che potranno derivare nel mercato rilevante dall'attuazione dell'accordo tra CartaSi ed Aesel.

207. Il presente procedimento ha altresì ad oggetto gli accordi stipulati fra SI Servizi e Aeel per la prestazione di servizi di *acquiring* e *processing*, che sono anch'essi accordi fra imprese e costituiscono, dunque, intese ai sensi dell'art. 2, comma 1 della legge n. 287/90.

V.2 La valutazione concorrenziale degli accordi

208. Dal complesso delle risultanze istruttorie emerge che nel corso del 2003 i rapporti fra CartaSi ed Amex hanno subito una sostanziale trasformazione. Il principale operatore del mercato delle carte di credito ed il suo secondo concorrente hanno stabilito un ampio rapporto di cooperazione che si è sostanziato nella stipula di due importanti accordi di collaborazione per effetto dei quali: i) viene messa in comune una parte rilevante dell'attività di emissione di carte di credito circolanti sul circuito Amex ii) CartaSi svolge su delega di Amex importanti funzioni commerciali e tecniche nell'attività di *acquiring*.

209. La valutazione concorrenziale di tali accordi sarà di seguito effettuata alla luce dei parametri abitualmente utilizzati nelle fattispecie di intesa ed, in particolare, del potere di mercato congiunto delle parti, del contesto economico e della natura dell'accordo e tenendo conto, tra l'altro, delle indicazioni delineate in proposito dalla Commissione europea²⁰⁰. In particolare, la valutazione di tali accordi è finalizzata a verificare se il grado di cooperazione tra le parti sia tale "*che ne derivino presumibilmente effetti negativi sul mercato in termini di prezzi, produzione, innovazione o della varietà e qualità dei prodotti offerti*" (par. 19 delle Linee direttrici di cooperazione orizzontale).

210. Relativamente al potere di mercato delle parti si ricorda che CartaSi è il principale *issuer* e *acquirer* nel mercato delle carte di credito in Italia, con quote di mercato significative, rispettivamente di circa il 57% e 39% nel 2002 e colloca le proprie carte quasi esclusivamente attraverso il canale bancario. CartaSi è un organismo associativo al quale aderiscono 880 banche italiane, tra le quali alcune di maggiori dimensioni che operano anche come licenziatari diretti dei circuiti Visa e Mastercard.

Amex, ovvero il maggior circuito proprietario mondiale, rappresenta il secondo operatore in Italia sul lato *issuing* (con una quota di mercato di circa il 12,5% nel 2002) ed il terzo sul lato *acquiring* (con una quota di mercato di circa il 12,3% nel 2002).

V.2.a La valutazione concorrenziale dell'accordo di issuing

211. Venendo in particolare all'accordo di *issuing*, come originariamente notificato, gli effetti ad esso riconducibili, di seguito descritti, sono i seguenti:

- i) la riduzione delle pressioni concorrenziali tra Amex e CartaSi;
- ii) la riduzione della concorrenza potenziale e *foreclosure* del canale bancario.
- iii) il rafforzamento del legame fra CartaSi e le banche aderenti

Nei paragrafi successivi saranno trattati individualmente tali effetti e sarà poi affrontata l'argomentazione delle parti relativa agli effetti dell'accordo sulla concorrenza fra i circuiti.

²⁰⁰ Cfr. la Comunicazione della Commissione europea sulle linee direttrici sugli accordi di cooperazione orizzontali (in G.U.C.E. 2001/C 3/02), spec. il par. 9 "*Le linee direttrici concernono gli accordi o le pratiche concordate tra due o più imprese che operano allo stesso (o agli stessi) livello di mercato (ad esempio, allo stesso livello della produzione o della distribuzione). In questo contesto, l'analisi verte sulla co-operazione tra concorrenti. Ai fini delle presenti linee direttrici, si intendono per "concorrenti" sia i concorrenti effettivi sia quelli potenziali*". Tale comunicazione sostituisce, tra l'altro, la comunicazione della Commissione europea in merito alla valutazione delle imprese comuni aventi natura di cooperazione pubblicata in G.U.C.E. del 16 febbraio 1993, n. 43 pg. 2.

La riduzione delle pressioni concorrenziali tra Amex e CartaSi

212. CartaSi e Amex operano, strutturalmente, attraverso modalità che offrono vantaggi competitivi differenziati. CartaSi, in quanto organismo di natura consortile che raggruppa la quasi totalità delle banche italiane e issuer di due circuiti a quattro parti, si caratterizza per la forza del proprio canale distributivo, piuttosto che per la capacità di offrire prodotti caratterizzati da servizi aggiuntivi di particolare interesse per i titolari. Amex invece, operando al livello mondiale come circuito proprietario, incontra, strutturalmente (sia in Italia che all'estero), maggiori difficoltà nell'aver accesso a canali distributivi bancari, mentre si caratterizza per la capacità di offrire carte di credito ricche di contenuti aggiuntivi.

Corrispondentemente, come si evince dalle risultanze istruttorie, l'offerta delle imprese madri nel mercato delle carte di credito è caratterizzata da un elevato grado di differenziazione. Sebbene CartaSi, nel 2002, sia il primo operatore nel segmento premium e aziendale, con una quota del [35%-40%], la sua attività di emissione si concentra nel segmento base del mercato, che pesa per l'[80%-85%] circa del volume delle transazioni globalmente effettuate con carte di credito emesse da CartaSi; circa il [94%-99%] del volume delle transazioni delle carte Amex è invece generato da carte appartenenti al segmento premium e aziendale, e per tale ragione Amex detiene una quota di mercato nel segmento del [33%-38%] circa nel 2002. Dal 2000, Amex ha aumentato leggermente il proprio ambito di operatività nel segmento base, e CartaSi nel segmento premium e aziendale.

Tale specializzazione operativa delle imprese madri, nell'ambito dello spettro di differenziazione del mercato delle carte di credito, emerge chiaramente dalla figura 2 prima riportata.

213. Attraverso l'accordo di *issuing*, le parti mettono a disposizione di un proprio concorrente le specificità operative che caratterizzano la valenza competitiva del loro operato, con l'obiettivo specifico di integrare, in modo coordinato, la propria gamma nel segmento premium, operando, al tempo stesso e in un'ottica più generale, in modo da garantire la coerenza dell'offerta complessiva di carte di credito sul mercato.

214. Per meglio apprezzare la portata dell'accordo in esame, vale innanzitutto ricordare che il segmento premium e aziendale rappresenta circa il 28% del totale del valore delle transazioni del mercato delle carte di credito ed è caratterizzato da potenziali di crescita significativi. Inoltre, tale segmento presenta una redditività superiore a quella del segmento base. Allo stato, CartaSi e Amex sono di gran lunga i due principali operatori in tale segmento.

215. Come emerge dalla figura 2, per effetto dell'accordo CartaSi estenderà la sua gamma di offerta nella parte alta del segmento premium, dove in precedenza non era presente, mentre Amex vi incrementerà la propria presenza attraverso Iconcard, ovvero insieme a CartaSi. Nella parte rimanente del segmento premium e aziendale non direttamente interessata dalle carte Icon i due operatori sono entrambi già presenti.

216. Va innanzitutto osservato che il posizionamento delle carte Iconcard, è senza dubbio il frutto di decisioni comuni di Amex e CartaSi, laddove le parti avevano fin dall'inizio concordato che le carte Iconcard fossero speculari a specifiche carte Amex.

Inoltre, nella versione originaria dell'accordo, le parti avrebbero potuto congiuntamente decidere di modificare, anche nel tempo, le caratteristiche delle carte Iconcard, mantenendo l'analogia con le corrispondenti carte Amex, ma senza precludersi la possibilità di effettuare un progressivo aggiustamento delle caratteristiche di tali carte, in funzione del più opportuno, congiuntamente determinato, posizionamento sul mercato delle imprese madri. Ciò avrebbe dovuto necessariamente trovare coerenza nei prezzi ai quali dette carte sarebbero state poi proposte ai potenziali titolari²⁰¹. Pertanto, la natura stessa dell'accordo implicava che le parti avrebbero deciso congiuntamente, oltre alle caratteristiche, anche i prezzi delle carte Iconcard.

217. Il nuovo posizionamento di CartaSi nel segmento premium e aziendale, conseguito attraverso Iconcard, risponde alle esigenze di CartaSi di completamento della propria offerta. Infatti, dalla

²⁰¹ Si ricorda che "Price on an ongoing basis will be fixed by the JV and the customer is to have full visibility on nominal price" Doc. 152 "CD con files con documenti in rete relativi ad AMEX issuing" (Cd rinvenuto presso la sede di CartaSi/Icon) ed ivi il documento word "Existing, New Product Guidelines v3".

documentazione acquisita, citata in precedenza, emerge come le opportunità di sviluppo offerte dall'impresa comune siano state considerate come un'alternativa rispetto allo sviluppo efficace di strategie competitive sulle carte *premium*.²⁰²

Con riferimento alla presentazione in CartaSi di iniziative relative al segmento premium si è riscontrato poi che ciò avverrà “una volta verificato (...) l'eventuale grado di sovrapposizione con i prodotti in via di definizione nell'iniziativa JV Amex”²⁰³.

218. Inoltre CartaSi è apparsa pronta a far confluire nell'impresa comune, come originariamente concepita, iniziative maturate autonomamente e precedentemente all'iniziativa con Aesel ed in concorrenza con quest'ultima; in particolare, “*CartaSi, con l'obiettivo di aumentare il livello di penetrazione nel segmento Premium delle carte di pagamento, nonché di costruire all'interno del circuito CartaSi un network esclusivo di esercizi convenzionati, ha avviato circa un anno fa il Progetto Diamond Top Network. In coerenza con lo scopo per cui è stata costituita Iconcard, CartaSi ha deciso di trasferire senza alcun onere il progetto e gli elementi sin qui sviluppati (lettere di intenti con circa 18 possibili partners) ad Iconcard*”²⁰⁴.

219. Pertanto, sulla base della documentazione acquisita, risulta che al momento della notifica dell'accordo l'incentivo per CartaSi a sviluppare autonomamente prodotti premium e aziendali, diversi da quelli prodotti congiuntamente ad Amex in seno ad Iconcard, è limitato; l'eventuale definizione di nuovi prodotti di CartaSi comunque avviene nell'ambito dello spettro di differenziazione possibile, in intervalli tali da non esercitare una pressione concorrenziale sui prodotti Iconcard, i quali a loro volta sono definiti in modo da non sovrapporsi a quelli di Amex e CartaSi.

Ciò appare ancor più rilevante considerando che ciò si applica non solo alle banche che operano esclusivamente come aderenti a CartaSi, ma altresì alle banche del sistema CartaSi che operano anche in via autonoma e che decideranno di aderire all'iniziativa Iconcard. Si consideri, ad esempio, che “*Intesa sta lavorando ad un prodotto proprio che andrà ad occupare il segmento premium (...). Nell'ipotesi di adesione alla proposta Iconcard, la carta “Icon” potrebbe essere posizionata nella fascia di prezzo (...) in sostituzione della Carta Gold e la carta di nuova ideazione di Intesa potrebbe occupare la fascia inferiore*”²⁰⁵.

220. Per parte di Amex, poi, rileva evidenziare come l'attività messa in comune da Amex con CartaSi è, sulla base dell'accordo originariamente notificato, una parte rilevante della sua operatività in Italia. Nel 2008, l'attività di Iconcard arriverà a rappresentare infatti il [40% - 50%] circa dell'attività complessiva di Amex in Italia.²⁰⁶ Peraltro, le modalità di calcolo di tale valore, con particolare riferimento al tasso di crescita utilizzato, non tiene conto del fatto che l'attività svolta da Iconcard è in parte sostituiva rispetto a quella attualmente svolta da Amex. Pertanto, l'incidenza dell'attività di Iconcard sull'attività che Amex svolge autonomamente potrebbe essere ben superiore al valore indicato²⁰⁷.

221. Da ciò consegue che, posta l'iniziale configurazione dell'attività dell'impresa comune, gli incentivi del principale concorrente di CartaSi ad esercitare una pressione concorrenziale nei confronti di quest'ultima

²⁰² Cfr. doc. 122 “*Pianificazione operativa monitoraggio progetti*” di CartaSi del luglio 2003 e doc. 545 “*Verbale audizione CartaSi del 5.03.04*”.

²⁰³ Doc. 93 “*Comitato di direzione CartaSi*” del 10 settembre 2002; v. anche il doc. 86 “*Ipotesi di servizi aggiuntivi per il restyling dei prodotti premium*” dell'8 gennaio 2003.

²⁰⁴ Doc. 545 e) “*Iconcard - attività commerciali e prospettive di sviluppo punto 9 dell'o.d.g.*”

²⁰⁵ Doc. 518 “*Verbale audizione Banca Intesa del 12/02/04 - versione accessibile*”

²⁰⁶ Tale valore è calcolato sulla base dei valori riportati nel Business Plan di Iconcard, allegato all'accordo, e sulla base di un tasso di crescita di Amex del [5%-10%], pari a quello medio annuo tra il 2000 e 2003. Secondo stime più prudenziali interne ad Amex relative all'attività di Iconcard (contenute nel doc. 164), utilizzando un tasso di cambio euro/dollaro pari a 1, tale valore sarebbe del [25% - 35%].

²⁰⁷ Le parti sostengono che l'impresa comune non tocca una parte significativa dell'attività delle imprese madri e che essa ha determinato una scarsa condivisione dei costi; ciò varrebbe ad escludere un effetto di coordinamento tra le imprese madri alla luce della comunicazione della Commissione sulle Linee direttrici sugli accordi di cooperazione orizzontale (spec. punto 88). A questo proposito, preme evidenziare che l'impresa comune svolge la propria attività tramite la prestazione di servizi svolta dalle imprese madri e, pertanto, poggia, a sua volta, su accordi di produzione tra le imprese madri. Pertanto, il richiamo al test della Commissione, consistente nel criterio dei costi, appare, soprattutto se isolatamente considerato, non adeguato con riferimento al caso di specie. Semmai, la modesta entità dei costi sostenuti da Iconcard accentua la caratterizzazione dell'impresa comune, piuttosto che come il mezzo per la produzione congiunta di un bene o servizio, come un luogo di mero coordinamento delle politiche commerciali relative ad alcune carte di credito.

risultano fortemente limitati. Nella parte di attività che Amex svolge in proprio, sia con carte equivalenti a quelle emesse da Iconcard che con le rimanenti carte, Amex pertanto, non può che effettuare scelte, sia in termini di differenziazione di prodotto che di *pricing*, tali da non porsi in concorrenza con le carte emesse da Iconcard, le quali, a loro volta, non si pongono in concorrenza con le carte emesse da CartaSi.

222. La circostanza che la costituzione di Iconcard renda scarsamente probabili comportamenti concorrenziali tra Amex e CartaSi per la parte di attività che possono esercitare autonomamente al di fuori di Iconcard trova del resto pieno riscontro nella documentazione acquisita, dalla quale emerge che le parti hanno concordato l'emissione delle quattro carte Icon sulla base dei rispettivi posizionamenti di mercato. Infatti, l'attività svolta in seno all'impresa comune è considerata dalle imprese madri in una prospettiva complessiva del loro *business*, in quanto *“Le Parti, in qualità di azionisti, convengono che è loro intenzione che la strategia di prodotto della newCo sia in linea con la strategia globale di prodotto di Amex e la strategia di prodotto di CartaSi”*²⁰⁸, e *“product range needs to be consistent with AmEx global product line strategy and CartaSi product line strategy”*²⁰⁹. Più in particolare, in seno a CartaSi, si rileva che *“Nel definire la gamma dei prodotti JV si è tenuta in considerazione la gamma prodotti CartaSi, al fine di evitare sovrapposizioni”*²¹⁰. Analogamente, da parte Amex, si rileva che *“NO new product can be positioned higher than an existing Amex product of a similar color; e.g. New Platinum can not be positioned higher than existing Platinum”*²¹¹.

E' importante sottolineare che, nella versione originariamente notificata dell'accordo, tale differenziazione coordinata della gamma di prodotti di Amex e CartaSi avrebbe dovuto riguardare anche modelli ulteriori rispetto ai quattro inizialmente previsti. Ad esempio, *“the team has reached a principal agreement on the New Platinum product, but has identified some issues with the New Gold, primarily as it may compete with the existing CartaSi Gold product”*²¹².

223. Tutto ciò consente di concludere che l'accordo originariamente notificato comporta che le carte Amex e CartaSi sul segmento *premium* e aziendale verrebbero a costituiscono una gamma sostanzialmente unitaria caratterizzata da una coordinata differenziazione dei prodotti. Le imprese madri, infatti, sono incentivate a definire le proprie carte, in termini di caratteristiche e di prezzo, in modo tale da posizionarsi in differenti intervalli rilevanti della gamma di differenziazione del mercato delle carte di credito, così da non esercitare, globalmente, una pressione competitiva reciproca.

Tali effetti di coordinamento implicano un allentamento delle dinamiche competitive, determinando, nel mercato nel suo complesso, una riduzione della pluralità dell'offerta per ciascuna tipologia di carta di credito, con possibili effetti negativi in termini dei prezzi applicati ai consumatori finali.

Riduzione della concorrenza potenziale e *foreclosure* del canale bancario

224. Oltre ai descritti effetti di coordinamento tra le parti, l'accordo originario è suscettibile di ridurre la concorrenza potenziale e di determinare un effetto di *foreclosure* del canale bancario.

225. Infatti, l'accordo riduce gli incentivi delle banche collocatrici delle carte Iconcard, anche di importanti gruppi quali Banca Intesa, a realizzare carte di credito *premium* ed aziendali analoghe a quelle Iconcard, con ciò riducendosi la concorrenza potenziale espressa dalle banche aderenti a CartaSi.

226. Inoltre, l'accordo rende particolarmente problematico lo sviluppo efficace – attraverso il canale bancario, che potrebbe risultare saturato – di un'offerta alternativa da parte di operatori attualmente o potenzialmente attivi sul mercati, in particolare nel segmento *premium* e aziendale, quali Diners. Ciò in quanto, per la singola banca aderente all'iniziativa, viene meno l'incentivo a distribuire carte di credito *premium* e aziendali diverse da quelle Iconcard, Amex o CartaSi.

²⁰⁸ Doc. 178 “Memorandum of Understanding” sulla partnership CartaSi/Aesel del 4-5 luglio 2002.

²⁰⁹ Doc. 176 “E-mail da Pedroni a Manfredini” del 13 settembre 2002, contenente le minute delle riunioni dello Steering Committee, spec. l'Attachment 1 “Guiding Principles for product configuration”.

²¹⁰ Doc. 134 “mail da Izzo ad Avanzi” (dipendenti di CartaSi) del 10 gennaio 2003.

²¹¹ Doc. 176 “E-mail da Pedroni a Manfredini” del 13 settembre 2002, contenente le minute delle riunioni dello Steering Committee, spec. l'Attachment 1.

²¹² Doc. 152 “CD con files con documenti in rete relativi ad AMEX issuing” (Cd acquisito presso la sede di CartaSi/Icon) ed ivi doc. powerpoint “Product Configuration 03.09.02B” del 4 settembre 2002.

In proposito Diners ha dichiarato che “l’intesa potrebbe stravolgere i rapporti di forza esistenti proprio sul segmento di mercato che più interessa a Diners, ovvero quello dei titolari altospendenti e, soprattutto, quello delle piccole e medie imprese. Con l’accordo di issuing tra CartaSi ed Amex le carte di credito Diners potrebbero trovare un ostacolo nel collocamento tramite le banche. (...) Pertanto, l’impresa comune potrà scalzare i prodotti Diners dal collocamento in banca ed a questo proposito” Diners “ricorda quanto è determinante il ruolo della banca nell’influenzare la scelta dei clienti. Si rammenta in proposito che Diners non ha il potere di una banca, la quale propone al cliente un pacchetto di servizi nel cui ambito c’è anche la carta di credito; se la banca proporrà le carte Amex nel pacchetto è difficile che il cliente non le prenda. Con la forza di penetrazione delle banche Amex potrà quindi rafforzarsi ai danni di Diners nei confronti delle carte destinate alle PMI”²¹³.

227. Infine, nella versione originaria dell’accordo, la significativa interposizione del sistema CartaSi tra Amex e le singole banche, limitava gli incentivi di Amex a sviluppare canali distributivi tramite rapporti di collaborazione bilaterali con singole banche, che possono essere potenziali concorrenti di CartaSi²¹⁴. Ciò implicava una regressione della penetrazione del canale bancario di Amex come operatore indipendente rispetto a CartaSi e pertanto una riduzione della concorrenza potenziale che le singole banche potevano esercitare sul mercato come operatori indipendenti, nonché una riduzione della pressione concorrenziale di Amex sulle banche che compongono il sistema CartaSi.

Il rafforzamento del legame fra CartaSi e le banche aderenti

228. L’accordo, nella sua formulazione originaria, produceva un’ulteriore conseguenza, pure idonea a introdurre elementi di perturbazione nel libero operare del mercato, consistente nel rafforzamento del legame tra CartaSi e le banche aderenti.

229. L’Autorità ha già avuto modo di esprimersi, giudicandolo negativamente dal punto di vista degli effetti sulla concorrenza, sull’assetto di CartaSi, quale soggetto di natura consortile che opera per conto delle banche aderenti, sostituendo la propria strategia unitaria a quelle, variegate, che le banche potevano assumere indipendentemente.

Le modifiche strutturali intervenute, relative alla creazione di una società capogruppo, partecipata come in passato dalle banche, che non esercita direttamente le attività operative e che detiene la totalità del capitale delle società operative, non sono idonee, infatti, a risolvere i problemi concorrenziali già rilevati. L’interposizione fra le banche azioniste e/o aderenti e le società operative di una società capogruppo non comporta – anche con la previsione che alcune banche non possano essere rappresentate nel Consiglio di Amministrazione delle società operative – che la capogruppo non continui a svolgere, per conto delle banche aderenti, la propria attività di coordinamento, imponendo alle società controllate le strategie commerciali concordate²¹⁵. In questo contesto, appare significativo che la nuova circolare sui compensi emessa da CartaSi (quale società operativa) nel marzo del 2004 confermi sostanzialmente la precedente, emessa da CartaSi l’anno precedente (quando era capogruppo e società operativa allo stesso tempo), proponendosi come guida per le banche aderenti nelle fissazione delle commissioni da applicare²¹⁶.

230. Del resto, l’Autorità ha già rilevato come la valutazione concorrenziale dell’operato di CartaSi non possa “prescindere dalla considerazione della stessa natura di CartaSi. La costituzione di un organismo consortile fra la maggior parte delle banche italiane e l’affidamento allo stesso di un’attività che poteva agevolmente essere svolta in modo individuale dalle banche aderenti possono rappresentare di per sé una restrizione della concorrenza in quanto sostituiscono all’operare individuale delle banche quello cooperativo, effettuato tramite un unico soggetto. In questo senso gli esiti di mercato che ne sono derivati potrebbero essere anche più pervasivi di quelli riconducibili ad un mero cartello di prezzo. La produzione

²¹³ Cfr. doc. 531a “*Verbale audizione Diners Europe del 24/02/04 – versione accessibile*”, pag.5.

²¹⁴ Si ricorda inoltre che l’accordo di JV limita Aesel, per tutta la durata dell’intesa, di “*stipulare altri formali accordi di joint venture con istituti bancari ovvero con gruppi cui appartengono tale tipo di istituti per l’emissione e la promozione di prodotti equivalenti alle carte JV nel Paese durante la vigenza del presente Accordo*” (Doc. 412 “Accordo di JV”, art. 13).

²¹⁵ Diversamente potrebbe essere valutata, la previsione – affermata da CartaSi nel corso dell’audizione (cfr doc. 545 “*Verbale audizione CartaSi del 5.03.04*”) – secondo la quale la società si evolverà rinunciando alla titolarità giuridica di tutti i contratti di issuing ed acquiring e la trasformazione in mera società di servizi.

²¹⁶ Cfr. doc. 577 “*Compensi banche CartaSi 2004*” del 1 Aprile 2004.

congiunta e la conseguente fissazione delle condizioni economiche di offerta dei servizi di issuing ed acquiring possono aver determinato, oltre alla fissazione di prezzi più elevati, una minore varietà dell'offerta ed un ridotto incentivo alla compressione dei costi ed all'innovazione²¹⁷.

231. In questo contesto, la circostanza che vi siano indizi della volontà di alcuni dei principali gruppi bancari aderenti a CartaSi – descritti nella parte in fatto – di iniziare o potenziare l'attività in proprio nel mercato delle carte di credito, eventualmente sostituendola completamente a quella svolta per conto di CartaSi, induce a ritenere, a maggior ragione, che l'accordo in esame, e particolarmente nella sua ampia formulazione originaria, in quanto volto anche a fidelizzare le banche aderenti, concorra a perpetuare una restrizione della concorrenza già rilevata.

In sostanza, esso si inquadrava in una strategia volta a rallentare, se non fermare, il processo di distacco da CartaSi che alcuni grandi gruppi bancari hanno intrapreso o potrebbero intraprendere.

232. Al riguardo si ricordi come nella formulazione originaria dell'accordo CartaSi era l'unico interfaccia tra l'impresa comune e le banche e gestiva il complesso dei rapporti con queste ultime. In particolare, la remunerazione alle banche per il collocamento delle carte emesse da Iconcard veniva effettuata da CartaSi con le stesse modalità con cui gestisce le remunerazioni alle banche per il collocamento di carte emesse direttamente da CartaSi²¹⁸. Il rafforzamento del legame di CartaSi con le banche aderenti derivava, inoltre, dalla previsione che le carte emesse dall'impresa comune fossero distribuite in esclusiva tramite CartaSi dalle banche ad essa aderenti²¹⁹, che Amex non potesse costituire imprese comuni con altri partner bancari, e che le convenzioni per l'emissione delle carte dell'impresa comune sostituissero le convenzioni tra Amex e le singole banche.

Pertanto, dalla documentazione acquisita appare che uno degli scopi che CartaSi si proponeva con l'impresa comune era proprio di fidelizzare le banche associate, specialmente quelle di grandi dimensioni. Infatti per CartaSi obiettivo dell'accordo è *“rafforzare la propria posizione con la comunità bancaria italiana”*²²⁰.

233. Nel complesso, quindi, l'idoneità dell'accordo, con particolare riferimento ad alcune previsioni in esso originariamente contenute, a rafforzare ed ampliare il ruolo di CartaSi in relazione all'attività svolta indipendentemente dalle banche aderenti accentua la portata restrittiva del medesimo.

Gli effetti sulla competizione fra i circuiti

234. Secondo le parti gli accordi in esame, rafforzando la capacità di penetrazione di Amex sia nell'issuing che nell'acquiring, producono effetti pro-competitivi in quanto tendono a riequilibrare la posizione di Amex rispetto ai circuiti Visa e Mastercard. A questo proposito le parti asseriscono che i circuiti Visa e Mastercard godrebbero di un significativo vantaggio competitivo nel collocamento delle proprie carte tramite il canale bancario. In effetti per i circuiti Visa e Mastercard le banche non costituiscono una potenzialità distributiva bensì sono soggetti che, una volta acquisite le licenze, realizzano in proprio i prodotti e li vendono ai clienti finali. Come illustrato, quindi, le banche licenziatrici non agiscono come distributrici di prodotti realizzati dai circuiti ma si servono dei circuiti per realizzare e vendere servizi propri.

Pertanto, a prescindere dalla circostanza che, da solo, un riequilibrio delle quote di mercato non è sicuro indice di un miglioramento delle competitività del mercato, occorre considerare che l'argomento delle parti chiama in causa la concorrenza che si realizza fra i circuiti e non quella fra issuers ed acquirers.

235. Come si è illustrato, la concorrenza fra i circuiti si realizza – nel caso di Visa e Mastercard – nei confronti dei licenziatari, dato che i circuiti non hanno alcun contatto diretto con i titolari e gli esercenti e che, anche a loro detta, non sono in grado di agire su variabili che rilevano effettivamente nelle preferenze dei consumatori. Si deve ritenere, dunque, che l'effetto benefico sulla concorrenza, argomentato dalle parti,

²¹⁷ Parere alla Banca d'Italia (prov. 12155 del 16 giugno 2003, caso I574 – Servizi Interbancari).

²¹⁸ I compensi alle banche per l'attività svolta a favore di Iconcard sono riconosciuti da quest'ultima a CartaSi che, successivamente, li gira alle banche. *“In particolare, per quanto concerne i compensi operativi, sono adottati da Iconcard gli stessi valori attualmente vigenti per CartaSi. I parametri dei compensi per l'attività commerciale svolta dalle banche, che avranno la stessa struttura di quelli adottati da CartaSi, sono in via di definizione da parte di Iconcard. CartaSi potrà, nel caso voglia spingere sulla competitività di taluni prodotti, aggiungere ai compensi commerciali girati da Iconcard alle banche una quota della redditività che le deriva dalla JV”*. Cfr doc. 545 *“Verbale audizione CartaSi del 5.03.04”*.

²¹⁹ Ciò comporta che una volta collocate carte Iconcard le banche aderenti se decidono di lasciare CartaSi debbano anche perdere la possibilità di rinnovare ai propri clienti le carte Iconcard; ciò costituisce un ulteriore legame fra le banche aderenti e CartaSi.

per giungere ai consumatori finali debba necessariamente passare per la fissazione di condizioni di issuing ed acquiring più favorevoli per i clienti di tali servizi. Ovvero si deve ritenere che gli eventuali effetti pro-competitivi che si realizzano al livello di circuiti si trasmettano ai consumatori attraverso il mercato a valle delle carte di credito, inducendo comportamenti virtuosi degli operatori che qui operano.

Tuttavia, l'analisi effettuata in relazione agli effetti degli accordi sull'assetto concorrenziale del mercato delle carte di credito induce a ritenere che, in considerazione dei deboli strumenti in possesso dei circuiti e della circostanza che le strategie dei circuiti sono stabilite a livello internazionale e tengono necessariamente conto in modo molto relativo delle situazioni locali, non sia assolutamente realistico attendersi che eventuali comportamenti virtuosi a livello di circuiti si traducano sui comportamenti delle imprese operanti nel mercato delle carte di credito.

Per questa ragione si ritiene che gli accordi in esame non producano effetti apprezzabili se non nel mercato delle carte di credito e che tali effetti siano quelli, restrittivi della concorrenza, già illustrati.

V.2. b La valutazione delle modifiche apportate dalle parti all'accordo di issuing

236. Le modifiche prospettate dalle parti, sebbene idonee a ridurre l'importanza della natura restrittiva dell'accordo di emissione, non sono tali da eliminare i rilievi concorrenziali evidenziati.

237. La limitazione dell'attività di Iconcard all'emissione di quattro carte, definisce e circoscrive l'oggetto dell'attività che le imprese madri svolgeranno in comune. Inoltre, la previsione che ad Iconcard sia preclusa la possibilità di modificare le caratteristiche di tali quattro carte, che saranno identiche a quelle di Amex in circolazione, limita l'ambito decisionale dell'impresa comune. Infine, la circostanza che le banche potranno decidere di vendere le carte Iconcard alla loro clientela ad un prezzo differente da quello di riferimento, stabilito da Amex, nonché offrire servizi aggiuntivi, senza la necessità dell'autorizzazione o del consenso da parte di Iconcard, Amex o CartaSi, aumenta l'indipendenza delle singole banche rispetto a Amex e CartaSi.

Tali modifiche riducono l'ampiezza del coordinamento tra le imprese madri sia in termini quantitativi che qualitativi, in quanto restringono l'estensione dell'attività dell'impresa comune e attenuano l'importanza del suo ambito decisionale, rendendolo più orientato allo svolgimento di funzioni di carattere distributivo delle carte piuttosto che alla definizione delle loro caratteristiche e prezzi.

In aggiunta, la limitazione dell'attività di Iconcard attenua anche gli effetti di riduzione della concorrenza potenziale espressa dalle banche aderenti a CartaSi, dal momento che le medesime avranno ridotti incentivi a sviluppare autonomamente solo prodotti del segmento premium analoghi alle quattro carte emesse da Iconcard.

238. Inoltre, l'eliminazione dell'esclusiva a favore di CartaSi, che vieta ad Amex di porre in essere con soggetti diversi da CartaSi alleanze strategiche analoghe ad Iconcard, rende possibili *joint venture*, o altre forme di collaborazione, tra Amex e singole banche. Ciò consente che importanti gruppi bancari possano agire in partnership con Amex al di fuori di Iconcard e della collaborazione con CartaSi, con ciò restringendo l'ambito di coordinamento che l'intesa necessariamente comporta. Inoltre, ciò attenua anche l'effetto di riduzione della concorrenza potenziale di banche aderenti a CartaSi.

In aggiunta, la possibilità per Amex di distribuire le proprie carte equivalenti a quelle Iconcard tramite le stesse banche che collocano queste ultime, rafforza la presenza di Amex sul mercato quale operatore indipendente non soggetto a CartaSi per l'accesso al canale distributivo bancario e meno condizionato nella fissazione delle proprie strategie commerciali complessive.

239. La ridotta interposizione di CartaSi nei rapporti tra Iconcard e le banche aderenti, con particolare riferimento alla previsione che la struttura dei compensi delle banche sarà realizzata da Iconcard, invece che da CartaSi, tramite accordi bilaterali con le banche, attenua l'effetto di rafforzamento del legame tra CartaSi e le banche aderenti. In tal senso agisce anche la previsione che le carte emesse da Iconcard possano essere distribuite anche da soggetti non aderenti al sistema CartaSi.

²²⁰ Doc. 178 "Memorandum of Understanding"; cfr. anche sul punto Doc. 85 *Programma MOVE* del 29 dicembre 2003.

240. Ciò posto, le modifiche evidenziate lasciano, nel loro complesso, immutata la circostanza, già evidenziata, che la scelta delle quattro carte emesse dall'impresa comune è senza dubbio il frutto di decisioni congiunte delle imprese madri, in ragione del loro attuale posizionamento, in modo da garantire la coerenza dell'offerta complessiva di Amex e CartaSi sul mercato. Da ciò discende che gli effetti dell'accordo di riduzione delle pressioni concorrenziali tra Amex e CartaSi rimangono di rilevanza consistente.

241. In particolare, le modifiche apportate dalle parti non mutano la circostanza che CartaSi, in luogo di sviluppare autonomamente il segmento premium, si espande in tale ambito congiuntamente al proprio principale concorrente. Permangono quindi ridotti incentivi di CartaSi a sviluppare in modo autonomo il segmento premium del mercato ed eventualmente a farlo in modo da esercitare una pressione concorrenziale di Amex.

242. Per parte di Amex, gli incentivi di tale impresa a esercitare una pressione concorrenziale nei confronti di CartaSi saranno limitati dalla circostanza che una parte rilevante della sua attività sarà svolta congiuntamente con CartaSi. Le parti quantificano tale parte dell'attività di Amex nella misura del [20% - 30%] nel 2008. Anche volendo accogliere le modalità di calcolo proposte dalle parti, che pur si ritengono basate su criteri eccessivamente prudenziali,²²¹ la consistenza della parte di attività complessiva che Amex svolgerà congiuntamente con CartaSi nel 2008, superiore al 20%, appare assolutamente in grado di condizionare le scelte di Amex.

243. Infine, anche per quanto attiene alla posizione complessiva di CartaSi, il suo formale arretramento quale soggetto non più necessario nel rapporto tra Iconcard e le banche collocatrici, non muta la circostanza, di assoluto rilievo, che CartaSi è un'impresa madre di Iconcard e come tale ne determina le decisioni.

244. Pertanto, le modifiche apportate dalle parti non paiono sufficienti a eliminare il carattere restrittivo dell'accordo di emissione. Quest'ultimo, anche nella sua versione modificata appare idoneo ad incidere sulle linee di sviluppo dell'intero mercato delle carte di credito, in ragione del descritto agire coordinato dei due principali operatori del mercato.

Considerazioni conclusive sulla restrittività dell'accordo di issuing

245. Da quanto esposto emerge come l'accordo di *issuing*, anche nella sua versione modificata, influenzi in modo determinante le linee di sviluppo del mercato italiano delle carte di credito, ed in modo particolare del segmento premium e aziendale dello stesso, che si presenta particolarmente redditizio, già fortemente presidiato da Amex e CartaSi e con potenziali di crescita significativi. La configurazione di mercato che potenzialmente emerge per la presenza di Iconcard è caratterizzata dall'agire coordinato dei due principali operatori del mercato, sia direttamente in virtù dell'attività messa in comune, sia per l'effetto di coordinamento indiretto sulle altre attività che imprese madri svolgeranno autonomamente.

Tale circostanza, unitamente all'innalzamento di barriere all'entrata, che pur attenuato a seguito delle modifiche mantiene una sua rilevanza, determina una significativa riduzione delle pressioni concorrenziali nel mercato.

V.2. c La valutazione dell'esenzione in deroga dell'accordo di issuing

246. In merito all'accordo in esame le parti hanno richiesto, in subordine all'accertamento della non restrittività, la concessione dell'esenzione in deroga di cui all'art. 4 della legge n. 287/90.

I criteri di valutazione per la concessione della deroga richiedono di accertare che l'accordo consenta miglioramenti nelle condizioni di offerta, che di tali vantaggi vengano a beneficiarne in modo sostanziale i consumatori, che l'accordo sia indispensabile per il raggiungimento di tali effetti e che la concorrenza non venga eliminata completamente dal mercato di riferimento. Tali condizioni devono essere cumulativamente

²²¹ Il valore del [20% - 30%] rispetto a quello del [40% - 50%] riportato in precedenza è infatti calcolato non solo sottraendo la parte di attività di Iconcard derivante dalla quinta carta, ma anche imputando ad Amex solo il 50% dell'attività di Iconcard nel 2008.

soddisfatte, con la conseguenza che il mancato rispetto anche di una sola di esse comporta il rigetto dell'autorizzazione in deroga²²². La soddisfazione dei quattro criteri deve essere dimostrata dalle parti.

247. La valutazione della sussistenza delle quattro condizioni richiamate deve essere effettuata con riferimento all'intesa nel suo complesso e con l'obiettivo di determinare se i benefici della medesima sotto il profilo della concorrenza superino gli effetti negativi.²²³

Pertanto, occorre valutare se le modalità di accesso al canale bancario garantite ad Amex dall'accordo in esame consentano miglioramenti delle condizioni di offerta, i cui guadagni di efficienza sono trasferiti ai consumatori, e che non possono essere conseguiti tramite accordi meno restrittivi, senza comunque che sia eliminata la concorrenza in una parte sostanziale del mercato.

248. In merito al miglioramento delle condizioni di offerta, le parti hanno evidenziato come il collocamento di carte tramite il canale bancario comporti costi notevolmente inferiori a quelli che Amex sopporta per il collocamento attraverso i propri canali tradizionali.²²⁴ Le parti quantificano il risparmio di costi rappresentando che il costo medio di collocamento di una carta tramite il canale bancario è inferiore del 50% rispetto al costo di collocamento medio di Amex. Inoltre, le banche sono i soggetti posti nella migliore posizione per svolgere azioni commerciali mirate a quei consumatori che potrebbero potenzialmente essere interessati alle carte oggetto dell'intesa con ciò comportando una ulteriore riduzione dei costi di distribuzione²²⁵. Pertanto, l'accordo in esame appare atto a ridurre i costi di collocamento delle carte Amex.

Inoltre, l'accordo in esame consente ad Amex una penetrazione efficace nel canale bancario, non solo perché lo stesso coinvolge la quasi totalità del sistema bancario, ma anche perché la tipologia di rapporti che Amex instaura con le banche le consentono di incentivare le banche a distribuire attivamente le proprie carte. Ciò determina l'effettiva disponibilità per i consumatori di una più ampia pluralità di carte di credito in banca.

249. Come si è argomentato, ciò avverrebbe a scapito di uno sviluppo indipendente dell'attività nel segmento premium ed aziendale da parte dei due principali operatori del mercato, sicuramente dotati ciascuno per concorrere efficacemente in tale segmento.

Esistono, potenzialmente, modalità di ingresso nel canale bancario alternative rispetto alla costituzione di una impresa comune con l'organismo consortile che riunisce gli interessi della quasi totalità del sistema bancario italiano. Inoltre, occorre anche considerare che la natura propria di Amex di circuito proprietario, conferisce a tale operatore, come evidenziato, un vantaggio competitivo in termini di contenuto dei prodotti, ma uno sbocco naturale in canali distributivi diversi da quello bancario, come risulta anche dalla scarsa presenza in banca anche all'estero. Peraltro, per due delle quattro carte inizialmente coinvolte nell'accordo, (la SBS green e la Standard gold) il canale bancario già appare non marginale: attraverso tale canale sono state infatti collocate nel 2003 il [22%-27%] delle prime (e tale percentuale appare in aumento rispetto al 2002) e il [30%-35%] delle seconde (risultando il primo canale). Globalmente, poi, al 2003, in tale anno il [22%-27%] delle quattro carte è stato collocato tramite il canale bancario.²²⁶

250. Tuttavia, Amex ha sperimentato negli ultimi anni una progressiva e consistente diminuzione dell'efficacia della propria attività di collocamento tramite il canale bancario, e ciò sia con riferimento all'insieme delle sue carte, che alle quattro che saranno emesse da Iconcard.

Ciò appare dovuto alla sostanziale impossibilità per Amex, allo stato, di porre in essere con le banche iniziative alternative all'accordo in esame, che consentano una reale ed efficace penetrazione del canale bancario. A tal fine appare infatti indispensabile soddisfare la richiesta delle banche di personalizzare le carte emesse, cosicché queste possano proporsi ai clienti come soggetti attivi nell'offerta delle carte e non nella veste meramente di intermediari di Amex. E solo attraverso l'accordo in esame Amex riesce ad

²²² Cfr. in proposito i precedenti casi decisi dall'Autorità: I/513 *Alitalia-Volare*, spec. punto 217, I/469 *Unione Petrolifera/Piano di razionalizzazione della rete di carburanti*, punto 70, I/437 *Nokia/Marconi Mobile-Ote* punto 148., *Coop Italia-Conad/Italia Distribuzione*, punto 143; I/362, *Vendita diritti televisivi*, punto 178;

²²³ Cfr. *Comunicazione della Commissione "Linee direttrici sull'applicazione dell'art. 81 (3)"* in GUCE 2004/C 101/08, punto 11.

²²⁴ Ciò con l'esclusione dei canali "richiesta diretta del titolare" e "internet".

²²⁵ Cfr. Doc. 639 "*Memoria difensiva di CartaSi e Amex*" del 18 giugno 2004, pag. 20.

²²⁶ Delle quattro e non del totale carte premium come calcolano le parti. Rielaborazioni da doc. 539 "trasmissione nuova versione All. I.3 e I.4 risposta Aesel a richiesta informazioni del 12.12.2003" del 3 marzo 2003

instaurare con le banche rapporti di siffatta natura, secondo modalità che presentino una convenienza economica.

251. Infatti, l'accordo in esame consente di realizzare una piattaforma tecnologica che permette ad Amex di incentivare le banche ad impegnarsi attivamente nella distribuzione di carte Iconcard.²²⁷ Ciò in quanto la piattaforma di Iconcard possiede le funzionalità tecniche necessarie per concedere alle banche la possibilità di, ad esempio, inserire il proprio logo sulla carta e nell'estratto conto inviato al cliente. Inoltre, tale piattaforma tecnologica consente anche di segregare i dati dei titolari delle carte Iconcard nei confronti di Amex, garantendo così alle banche che dati concernenti i loro clienti non possano essere utilizzati da Amex per proporre loro i propri prodotti.

Attraverso l'accordo in esame, tali funzionalità sono realizzate mediante la duplicazione in Iconcard di una "piattaforma" esistente per il dialogo con le banche, quella già sviluppata da CartaSi. Invece, lo sviluppo autonomo, ex-novo, di una "piattaforma" che possiede le funzionalità tecniche necessarie per la gestione del processo di personalizzazione delle carte con una miriade di banche, implicherebbe costi talmente ingenti da rendere l'iniziativa non economicamente conveniente.

252. Pertanto, sulla base di tali argomentazioni, l'accordo in esame appare indispensabile al fine di conseguire i miglioramenti nelle condizioni di offerta prima evidenziati, in quanto attraverso soluzioni meno restrittive della concorrenza la presenza di carte Amex nel canale bancario sarebbe meno efficace ed efficiente.

253. Ciò posto, occorre valutare se i benefici derivanti dal miglioramento nelle condizioni di offerta prodotti dall'accordo in esame, comportino un sostanziale vantaggio per i consumatori.

L'accordo produce per i consumatori il beneficio consistente nell'effettiva disponibilità di una più ampia pluralità di carte di credito nel canale bancario. Inoltre, posto che tale canale appare presentare costi minori dei canali tradizionali di Amex, ciò dovrebbe comportare un effetto di riduzione dei prezzi praticati da Amex.

Ciò posto, occorre valutare se il trasferimento di tali benefici sia idoneo a più che compensare i consumatori degli effetti negativi derivanti dalla restrizione della concorrenza.²²⁸

A tal fine, assumono una rilevanza fondamentale le modifiche apportate dalle parti all'accordo originario. Come evidenziato in precedenza, tali modifiche, con particolare riferimento alla limitazione dell'attività di Iconcard a sole quattro carte di Amex esistenti e alla limitata interposizione di CartaSi, attenuano gli effetti restrittivi dell'accordo.

Gli effetti di coordinamento tra le imprese madri derivanti dall'accordo, prima evidenziati, sono suscettibili di determinare, nell'intero mercato, una riduzione della pluralità dell'offerta per ciascuna tipologia di carta e un innalzamento delle barriere all'entrata, con possibili effetti negativi sui prezzi.

Tuttavia, la limitazione della portata anticoncorrenziale dell'accordo derivante dalle modifiche effettuate dalle parti risulta idonea a prospettare, quanto meno temporaneamente, che il contenuto rafforzamento del potere di mercato delle parti e gli attenuati effetti di riduzione della concorrenza potenziale dovuti all'intesa non consentano alle imprese madri di appropriarsi interamente dei vantaggi di efficienza derivanti dall'accordo.

Pertanto, l'accordo appare suscettibile di produrre un beneficio per i consumatori, consistente nella disponibilità in banca di una più ampia pluralità di carte, che in tale canale e/o in altri canali di collocamento dovrebbero essere offerte a prezzi minori.

254. Inoltre, in termini prospettici, l'accordo in esame permette ad Amex di instaurare effettivi rapporti di collaborazione con il sistema bancario secondo modalità che, alla luce delle modifiche effettuate dalle parti, potrebbero consentire l'emergere, in futuro, di iniziative di collaborazione bilaterali tra Amex e le singole banche, introducendo una maggiore concorrenzialità nel sistema.

255. Infine, appare soddisfatto l'ultimo dei requisiti per l'esenzione in deroga, relativo alla non eliminazione della concorrenza su una parte sostanziale del mercato. Sebbene le parti detengano una

²²⁷ Cfr. Doc. 639 "Memoria difensiva di CartaSi e Amex" del 18 giugno 2004, pag. 25 e doc. 642 "Verbale audizione finale" del 23 giugno 2004.

posizione di assoluto rilievo sul mercato delle carte di credito, gli effetti di coordinamento evidenziati in precedenza, anche alla luce delle modifiche presentate dalle parti e alla limitazione dell'attività di Iconcard a quattro carte, non risultano tali da precludere il permanere di ambiti di concorrenza riferibili a concorrenti attuali o potenziali delle parti.

256. Ciò posto, la validità delle suddette argomentazioni è limitata all'eventualità che l'attività di Iconcard sia circoscritta solo alle quattro tipologie di carte che le parti già hanno convenuto di emettere; l'eventuale decisione delle parti di emettere l'ulteriore quinto modello di carta comprometterebbe invece la portata di tali argomentazioni.

Ciò in ragione della crucialità, per la concessione del beneficio di esenzione, della limitazione dell'attività di Iconcard e della differente natura della quinta carta, che presenta funzionalità *revolving*, rispetto alle altre carte emesse da Iconcard.²²⁹

Dalle risultanze istruttorie è emerso, infatti, come tali carte presentino elevati margini di redditività, ben maggiori di quelli garantiti dalle carte cosiddette *charge*, derivanti dagli interessi pagati dai titolari per l'estensione del credito di cui questi godono. Allo stato, le carte *revolving* sono scarsamente diffuse in Italia, tuttavia, a detta delle stesse parti e di altri importanti operatori presenti sul mercato, tali carte costituiscono un segmento di attività con importanti potenziali di crescita, più elevati di quelli riferibili alle carte *charge*. Del resto, è stato evidenziato come tale tendenza si è già ampiamente affermata all'estero, in particolare negli Stati Uniti e nel Regno Unito, dove le carte revolving hanno assunto grande rilievo anche nell'ambito del segmento premium ed aziendale.²³⁰

257. Non a caso, quindi, le parti stesse hanno manifestato di credere che la quinta carta rivesta un carattere strategico di rilievo, e di natura differente rispetto a quelle che giustificano la costituzione dell'impresa comune. In particolare, Amex ha spiegato che la previsione dell'emissione di tale carta si fonda sul fatto che Iconcard vuole avere la possibilità di porsi nelle condizioni di offrire carte con funzionalità *revolving* sul mercato italiano, in virtù dell'esistenza di possibili interessanti sviluppi della domanda per tale tipo di carte.²³¹ A questo proposito deve essere considerato che, nel business plan di Iconcard, a regime le parti attribuivano alla quinta carta il [20% - 30%] dell'intera attività dell'impresa comune. Si trattava di stime effettuate con riferimento ad una carta diversa da quella poi effettivamente scelta come eventuale quinta carta da emettere, dato che si riferivano ad una carta definita come New Gold o New Platinum²³², come evidenziato nella parte in fatto. Ora, la circostanza che le parti abbiano deciso di "puntare" su una carta *revolving*, perché considerata quella con prospettive di crescita migliori, invece che su una delle carte inizialmente ipotizzate, fa ritenere che il peso che questa potrà assumere sull'attività di Iconcard possa essere anche superiore a quello, già molto rilevante, del [20% - 30%], inizialmente stimato dalle parti.

²²⁸ Cfr. *Comunicazione della Commissione "Linee direttrici sull'applicazione dell'art. 81 (3)"* in GUCE 2004/C 101/08, punto 85.

²²⁹ Si ricorda che la funzionalità "*revolving*" consente una rateizzazione della spesa effettuata, ovvero un rimborso comunque ritardato ed effettuato in diverse *tranches*. La funzione *revolving* è spesso presente nelle carte di credito, ma, benché molto utilizzata negli Stati Uniti, in Italia non ha ancora riscosso un significativo successo fra i titolari e, pertanto, resta per lo più inutilizzata. Gli altri quattro tipi di carte emesse da Iconcard hanno invece la tradizionale funzionalità "*charge*" che consente ai titolari un credito concesso dalla società emittente la carta, di durata pari al periodo intercorrente tra la data in cui la spesa è stata effettuata e la data prefissata di pagamento e di ammontare pari all'ammontare della spesa stessa.

²³⁰ Cfr., ad esempio, doc. 531 "Verbale audizione di Diners" del 24 febbraio 2004, dove si afferma che "(...) in Italia il mercato delle carte di credito risulta proficuo e con buone prospettive di crescita; ciò vale in particolar modo per le carte revolving – che si distinguono dalle altre per dinamiche proprie – (...)" e doc. 517 "Verbale di audizione di Deutsche Bank" dell'11 febbraio 2004, dove si afferma che "Gli operatori si orientano (...) sempre più verso la promozione di carte revolving, che assicurano la remunerazione derivante dai tassi di interesse."

²³¹ Cfr. doc. 642 del 23 giugno 2004 "Verbale audizione finale", dove Amex afferma che "in Italia le carte revolving sono ancora poco sviluppate, soprattutto in confronto ad altri paesi, quali l'Inghilterra, dove il 95% del fatturato delle carte di credito deriva dall'utilizzo di tale funzionalità; tuttavia, tale tipologia di carta appare in crescente diffusione e presumibilmente in Italia vi sarà convenienza ad offrire carte premium con associata una funzione revolving. La previsione della quinta carta consente pertanto ad Iconcard di porsi nelle condizioni di soddisfare eventuali sviluppi futuri della domanda per tale tipo di funzionalità anche sul mercato italiano."

²³² Doc. 305 "Presentazione ICONCARD del 22 luglio 2003" ed, ivi, v. anche grafico esplicativo. Doc. 152 "CD con files con documenti in rete relativi ad AMEX issuing" (Cd rinvenuto presso la sede di CartaSi/Icon) ed ivi doc. powerpoint "Product Configuration 03.09.02B" del 4 settembre 2002.

258. Inoltre, rileva sottolineare che, coerentemente con le prospettive di reddito e di sviluppo evidenziate, in tale segmento si sta indirizzando l'attività di operatori, quali San Paolo Imi e Capitalia, nell'ambito di proprie iniziative indipendenti rispetto al sistema CartaSi, descritte in precedenza.²³³

L'attribuzione ad Iconcard della facoltà di emettere anche carte revolving potrebbe, quindi, contribuire – forse anche in modo determinante – a bloccare sul nascere le iniziative commerciali autonome delle banche aderenti a CartaSi, con ciò consolidando il rapporto consortile che lega tali operatori.

259. Pertanto, posto che in tale segmento di mercato vi è spazio per l'effettivo realizzarsi di una concorrenza ad oggi solo potenziale, si ritiene che l'offerta della quinta carta da parte dell'impresa comune non potrebbe che alterare gli sviluppi concorrenziali del mercato in modo così significativo da non poter accedere al beneficio di un'esenzione in deroga.

260. Per le ragioni suindicate, l'accordo soddisfa le condizioni di cui all'art. 4 della legge n. 287/90 limitatamente all'emissione di Iconcard alle quattro tipologie di carte indicate nell'accordo.

V.2.d La valutazione concorrenziale dell'accordo di processing e acquiring

261. Gli accordi di *acquiring* e *processing* sono stati stipulati da SI Servizi ed Aeel. Le imprese coinvolte, sia individualmente considerate che in una logica di gruppo di appartenenza, sono soggetti in rapporto di concorrenza e l'accordo è dunque ascrivibile nell'alveo degli accordi orizzontali. Pertanto valgono le osservazioni svolte precedentemente relative alla rilevanza dei criteri di valutazione in materia di accordi di cooperazione orizzontali.

262. Gli accordi tra SI Servizi ed AEEL relativi all'attività di *processing* e *acquiring* assumono una significativa rilevanza con riferimento al mercato delle carte di credito, in ragione dell'importanza degli operatori coinvolti, dell'ampiezza del contenuto degli accordi e del rilievo strategico ed economico che l'attività di *acquiring* riveste per l'intero mercato delle carte credito.

Si consideri, infatti, che non solo la diffusione della rete di accettazione è determinante per l'emissione delle carte di credito ma che la maggior parte dei proventi del mercato derivano dall'*acquiring* sotto forma di *merchant fee*. Benché gli operatori ritengano più profittevole l'*issuing*, non si può infatti dimenticare che i ricavi dell'*issuer* sono sostenuti significativamente dall'*interchange fee*, la quale è una parte della *merchant fee* che gli *acquirer* "girano" agli *issuer*.

263. Come descritto nella parte in fatto, l'accordo di *acquiring* e *processing* è stato modificato dalle parti. Inizialmente, un solo accordo riguardava l'attività di convenzionamento per Amex, l'attività di rinegoziazione e di pagamento dei compensi delle banche e l'attività di *processing*.

Il nuovo accordo regola, invece, con due contratti separati, il convenzionamento per Amex e il *processing*, mentre l'attività di rinegoziazione e di pagamento dei compensi delle banche non è più prevista.

La valutazione, pertanto, sarà effettuata in modo distinto, sulla base dei nuovi accordi, per il convenzionamento e per il *processing*.

264. In merito all'attività di rinegoziazione e di pagamento dei compensi dovuti da Amex alle banche per il passaggio delle transazioni Amex sui POS di loro proprietà – non più prevista dagli accordi modificati – si rileva che essa risultava idonea a creare alterazioni nei processi competitivi in quanto consentiva a CartaSi di rafforzare il proprio legame con le banche aderenti, dato che essa si sarebbe interposta interamente nei rapporti economici che Amex intrattiene con le singole banche, che sono molteplici e diretti²³⁴ e che a CartaSi sarebbe stato demandato interamente di gestire per Aeel, sulla base di linee direttrici concordate, i rapporti con le banche.

Il contratto di convenzionamento

265. Come si è già rilevato – anche secondo quanto CartaSi afferma – l'accordo di *acquiring* non costituisce un mero accordo di *outsourcing*; infatti, con l'accordo in questione il gruppo CartaSi si è proposto ad AEEL "in qualità di unico partner strategico nella gestione dell'intero processo di *acquiring*."

²³³ Cfr. doc. 338 "Carte Capitalia" del 1 agosto 2003; doc. 233 "Verbale del Consiglio di amministrazione – 2001" del 18/12/2001.

²³⁴ Infatti, per effetto dell'accordo sull'*acquiring*, Amex [omissis] (cfr. doc. 81 "Progetto Amex Acquiring: linee guida relazione tra AMEX-SIS-CSI + allegato Engineering of POS & Ses payments costs).

(...) attraverso una collaborazione molto più vicina alla forma di partnership che a quella del semplice outsourcing, le società [CartaSi e SI Servizi, Ndr] sono in grado di offrire, quali esponenti di rilievo nel mondo interbancario, un elevato coinvolgimento degli istituti di credito nell'intera operazione"²³⁵.

266. L'accordo produce significativi effetti collusivi tra Amex e CartaSi nel convenzionamento, che verranno descritti di seguito. La verifica di tali effetti è legata anche al rilievo, in termini quantitativi, dell'attività svolta da CartaSi per conto di Amex, che sarà evidenziato successivamente.

267. In via preliminare, si osserva che la circostanza secondo la quale Amex consente al suo concorrente CartaSi, principale operatore del mercato, di assumere un ruolo nell'evoluzione della rete degli esercizi convenzionati con Amex, rappresenta di per sé una condizione idonea a restringere la concorrenza fra i due principali operatori presenti nel mercato.

In ogni caso, l'accordo di convenzionamento va valutato nel contesto complessivo in cui il medesimo si realizza, ovvero nell'ambito del nuovo quadro di mercato conseguente al mutamento dei rapporti fra CartaSi ed Amex per effetto della stipula degli accordi di processing e issuing, avvenuta nel 2003.

In particolare, per effetto dell'accordo di issuing, Amex può aumentare la propria penetrazione del canale bancario, per la quale è coerente ipotizzare una accresciuta necessità di espandere la rete di accettazione delle carte Amex, potenziando l'attività di convenzionamento. Detto potenziamento è fatto oggetto di un accordo con il principale concorrente, CartaSi.

In questo contesto, non va dimenticato che la stipula del contratto di issuing implica una compartecipazione di CartaSi ai proventi derivanti dall'emissione delle carte Iconcard, accettate dagli esercenti convenzionati per Amex. Ciò implica che una certa estensione della rete di accettazione Amex risulta conveniente anche per CartaSi.

Sotto un diverso profilo, e come sarà meglio descritto in seguito, l'accordo di convenzionamento determina un rafforzamento di CartaSi nella propria attività di acquiring per il circuito Visa e Mastercard.

Tutto ciò implica che nell'ambito del contratto di convenzionamento, i due principali concorrenti realizzano una convergenza di interessi che, come si illustra in seguito ha natura collusiva, comportando i presupposti per la fissazione di merchant fee superiori a quelle che sarebbero state fissate in assenza dell'accordo.

268. Al riguardo, si osserva che il contratto di convenzionamento induce un importante rafforzamento della posizione di CartaSi nell'attività di convenzionamento degli esercenti, idoneo a sostenere la propria merchant. A detta di CartaSi stessa, l'accordo consente a CartaSi *"la fidelizzazione del merchant"*²³⁶, ovvero un mutamento dei rapporti con gli esercenti, tale da conferirle un maggiore potere contrattuale nei confronti dei medesimi.

Infatti, CartaSi, che pure è l'operatore *leader* nell'acquiring svolgendo quasi il 39% di tale attività, prima della stipula dell'accordo in esame non era in condizioni di proporsi come unico interlocutore per gli esercenti che, oltre al convenzionamento per i circuiti Visa e Mastercard, desideravano convenzionarsi anche per l'accettazione delle carte Amex. Per effetto dell'accordo in esame, CartaSi può ora presentarsi come acquirer unico per i tre principali circuiti mondiali. L'accordo, quindi, a detta di CartaSi le consente *"di ampliare l'offerta merchant nell'ottica di posizionare CartaSi come "acquirer globale" dell'insieme dei circuiti di pagamento su carta"*²³⁷.

269. Ciò si riverbera in un rafforzamento della posizione di CartaSi, già di preminenza, a danno degli acquirers concorrenti, licenziatari dei circuiti Visa e Mastercard e, in ultima analisi, in un accrescimento del potere di mercato di CartaSi nei confronti degli esercenti. CartaSi stessa, infatti, attribuisce all'accordo l'effetto di consentirle il *"Condizionamento/orientamento, attraverso azioni congiunte con le Banche socie e/o aderenti, delle scelte commerciali degli esercenti con l'obiettivo di incrementare la quota di mercato di CartaSi"*²³⁸, con lo scopo ultimo di accrescere la propria *"capacità di "condizionare" le scelte commerciali dell'esercente per la negoziazione dei flussi VISA-Mastercard"*²³⁹.

²³⁵ Doc. 128 *"Proposta pricing acquiring"*.

²³⁶ Cfr Doc. 46 *"Buonassera Project, incontro Cartocci e Quarra"* del 24 maggio 2002.

²³⁷ Doc. 314 *"Report di CartaSi per lo sviluppo 1999-2002"* s.d.

²³⁸ Doc. 359 *"Presentazione "Acquiring"* del 10 aprile 2003 effettuata da CartaSi e rinvenuta presso la sede di Capitalia.

270. Pertanto, anche la previsione, contenuta nella nuova versione dell'accordo, secondo la quale "SI Servizi non potrà utilizzare i servizi svolti ai sensi del presente accordo o la relazione con AEEL per indurre o forzare esercizi e/o banche in relazione ad altri particolari rapporti instaurati od instaurandi tra SI Servizi e detti soggetti", non è in nessun modo idonea ad escludere che CartaSi, al di là di quanto formalmente espresso, persegua la propria strategia di rafforzamento nell'attività di acquiring a scapito dei concorrenti e degli esercenti e, in ultima analisi, dei consumatori finali sui quali le merchant fee sono riversate sotto forma di prezzi di vendita più elevati. Del resto, come si vedrà in seguito, l'accrescimento e lo sfruttamento del potere di mercato di CartaSi favorisce anche la politica commerciale di Amex.

271. Dall'accordo di emissione, infatti, Amex si attende un ampliamento del numero di carte in circolazione appartenenti al proprio circuito. Ciò rende ancor più importante che in passato espandere la rete di accettazione Amex, ad oggi meno ampia di quella dei circuiti Visa e MasterCard di circa [150-250 mila] esercenti. Al riguardo, si osserva che la difficoltà di espansione della rete di accettazione del circuito Amex è connessa all'indisponibilità di un buon numero di esercenti di pagare commissioni significativamente più elevate di quelle richieste dagli acquirer dei circuiti Visa e Mastercard²⁴⁰. Pertanto, non è difficile concludere che, in assenza dell'accordo di convenzionamento, l'obiettivo di ampliare la rete di accettazione Amex richiederebbe da parte di quest'ultimo soggetto l'attuazione di una politica commerciale di riduzione della merchant fee applicata.

272. In tale prospettiva, l'accordo di convenzionamento tra Amex e CartaSi risulta, per entrambi gli operatori, il mezzo più idoneo per consentire un allargamento della rete di accettazione di Amex.

273. Infatti, la circostanza che sia demandato a CartaSi il compito di ampliare la rete di accettazione di Amex, minimizza i conseguenti indesiderati aggiustamenti verso il basso della merchant fee di Amex. Grazie all'accresciuto potere di mercato che l'accordo le conferisce, e alla rilevanza quantitativa della attività di convezionamento svolta per Amex - descritta in seguito -, CartaSi risulta l'operatore meglio in grado di indurre gli esercenti non ancora convenzionati per il circuito Amex ad accettare l'affiliazione al circuito pur in presenza di merchant fee percepite come elevate.

274. La rilevanza del conferimento a CartaSi del compito di svolgere una parte significativa dell'attività di convenzionamento di Amex, emerge anche dalla circostanza che i servizi svolti da CartaSi appaiono più complessi ed estesi di una mera proposizione agli esercenti dei contratti di convenzionamento per conto del circuito Amex. Anche in relazione alla nuova versione dell'accordo, le parti stesse affermano che, a differenza del *processing* che rappresenta un'attività puramente tecnica, il "*convenzionamento richiede invece una qualche conoscenza del mercato. Tuttavia, è Amex che stabilisce i criteri commerciali sulla base dei quali effettuare il convenzionamento, quali la tipologia di esercenti da convenzionare e le loro aree di appartenenza merceologica e geografica. SI Servizi utilizza le sue competenze professionali per attuare concretamente la politica commerciale fissata in termini puntuali da Amex*"²⁴¹. Del resto, la circostanza che Amex si affidi per il collocamento dei propri contratti di convenzionamento al proprio principale concorrente indica che sono proprio le conoscenze e le capacità commerciali che questo detiene che interessano ad Amex. Così, benché il testo dell'accordo stabilisca che è Amex a fissare i criteri commerciali nell'ambito dei quali l'attività di convezionamento deve essere svolta (ovvero elementi quali la numerosità e le caratteristiche degli esercenti da convenzionare), a CartaSi è demandato nel concreto il compito di definire e gestire le variabili competitive dell'attività di acquiring con l'esclusione della merchant fee, che è fissata formalmente da Amex. Peraltro, a detta di CartaSi stessa, l'accordo consente "*lo sviluppo comune di nuovi settori merceologici, attraverso la rete di vendita di Servizi Interbancari.*"²⁴²

Cfr anche Doc. 93 "Comitato di direzione CartaSi" del 10 settembre 2002, nel quale si afferma che l'accordo con AEEL porterà "*benefici influssi anche sul transatto VISA/MC*", e doc. Doc. 545 c) (D) (Piano industriale 2004-2006 CartaSi" pg. 51, nel quale si afferma che CartaSi potrà stipulare con l'esercente "*nuove convenzioni CartaSi da realizzarsi contestualmente all'attività di convenzionamento per conto di Amex*".

²³⁹ Doc. 55 "Accordo gruppo CartaSi-American Express" documento interno a CartaSi senza data.

²⁴⁰ Cfr., ad esempio, doc. 542 "Verbale audizione AESEL e AMEX del 4.03.04".

²⁴¹ Cfr Doc. 642 "Verbale audizione finale".

²⁴² Cfr Doc. 46 "Buonassera Project, incontro Cartocci e Quarra" del 24 maggio 2002.

L'attuazione della politica commerciale fissata da Amex è pertanto, a seguito dell'accordo, largamente soggetta all'operato di CartaSi. Nello svolgere tale attività, non può non rilevare l'accresciuto potere contrattuale di CartaSi nei confronti degli esercenti, tale da conferirle una superiorità, rispetto ad altri soggetti che effettuano il convenzionamento per conto di Amex, che gioverà ad Amex per il sostenimento delle proprie merchant fees.

275. Inoltre, il rafforzamento di CartaSi contribuirà anche al sostegno alle *merchant fee* applicate per i circuiti Visa e Mastercard, a vantaggio di CartaSi.

Ciò gioverà anche ad Amex, in quanto gli esercenti tendenzialmente percepiscono come eccessivamente elevate le merchant fee Amex, soprattutto in confronto con le merchant fee praticate dagli acquirer dei circuiti Visa e Mastercard. Di conseguenza, se con l'accordo il principale operatore nell'acquiring di Visa e Mastercard (che realizza quasi metà – 46,6% – del transato di tali circuiti) riesce a sostenere il livello delle proprie merchant fee, ciò consentirà anche ad Amex di far percepire agli esercenti come meno elevata la propria commissione.

Infine, il sostegno delle merchant fee di Amex potrebbe giovare anche a CartaSi stessa. Infatti, pur tenendo conto della non completa sostituibilità del convenzionamento per i circuiti Visa/Mastercard e Amex, è pur vero che gli esercenti hanno tradizionalmente sperimentato l'esistenza di un certo differenziale tra le merchant fee applicate dai due circuiti. Ciò implica che eventuali riduzioni delle merchant fee di Amex potrebbero innescare tendenze a riduzioni delle merchant fee del circuito Visa.

276. In conclusione, si realizza una convergenza di interessi dei due principali operatori del mercato che, operando congiuntamente, riescono a sostenere il livello delle merchant fee praticato da ciascuno di essi.

277. Come accennato, tale effetto è legato anche alla rilevanza quantitativa dell'attività di convenzionamento svolta da CartaSi.

Nel periodo luglio-dicembre 2003, ovvero già nel primo arco temporale nel quale CartaSi ha operato quale acquirer di Amex, la stessa ha convenzionato circa il [23%-28%] dei nuovi esercenti di Amex tramite i propri agenti. Attraverso l'iniziativa di "*Aggressive acquisition*" – realizzata da CartaSi tramite alcune banche aderenti – sono stati convenzionati un ulteriore [10%-15%] dei nuovi esercenti di Amex, per un totale di circa il [34%-39%]. Sempre nel periodo luglio-dicembre 2003, le banche hanno convenzionato circa il [50%-55%] dei nuovi esercenti; tra questi, il [37%-42%] è stato convenzionato da banche che, nell'ambito del convenzionamento per Visa e Mastercard, operano sul mercato esclusivamente per conto di CartaSi, non detenendo una licenza propria²⁴³.

Come si argomenterà in seguito, e contrariamente a quanto sostengono le parti, anche l'attività di convenzionamento per Amex svolta direttamente dalle banche aderenti a CartaSi (che ha portato al citato [37%-42%] di nuovi esercenti) risulta sotto l'influenza di CartaSi.

278. Preliminarmente va osservato che, come evidenziato al punto 32, l'attività di CartaSi si sostanzia nello svolgere un ruolo di coordinamento – nell'acquiring anche più che nell'issuing – dell'attività delle banche aderenti.

Alla luce delle circostanze emerse nella parte in fatto, è possibile ritenere che, sebbene l'accordo tra AEEL e SI Servizi riguardi formalmente solo l'attività svolta dagli agenti di CartaSi e non l'attività di acquiring svolta dalle banche ad essa aderenti, tale accordo coinvolgerà l'intero sistema CartaSi.

Sul punto le parti hanno invece affermato che l'attività degli agenti di CartaSi si andrà ad affiancare a quella già svolta dagli altri acquirers, banche comprese. In particolare, per quanto riguarda queste ultime non vi sarebbe, per effetto dell'accordo in esame, alcun coinvolgimento delle banche aderenti a CartaSi nell'attività di acquiring per Amex svolta da CartaSi stessa ai sensi del contratto; al contrario, l'attività delle banche resterebbe assolutamente indipendente da quella degli agenti di CartaSi e sarebbe regolata esclusivamente da relazioni bilaterali intrattenute direttamente dalle banche con AEEL.

279. Tuttavia, oltre alla natura già evidenziata di CartaSi, gli elementi emersi nel corso del procedimento, che si rammentano brevemente, non concordano con tale rappresentazione.

²⁴³ Cfr. doc. 555 "Risposta richiesta informazioni dell'audizione del 4.03.04 e 12.12.2003".

Le parti stesse hanno fornito informazioni sul programma di *Aggressive acquisition*, in base al quale un certo numero di importanti banche hanno effettuato attività di acquiring per conto di Amex sotto il coordinamento di CartaSi.

Inoltre, la documentazione acquisita nel corso degli accertamenti ispettivi ha consentito di appurare che CartaSi, a seguito dell'accordo in esame, si è proposta alle banche come soggetto coordinatore delle banche aderenti nel convenzionamento degli esercenti per Amex. Si rammenta, infatti, che CartaSi, in data 26 giugno 2003, ha inviato a tutte le banche aderenti un'apposita Circolare avente ad oggetto l'"*Ampliamento dei servizi acquiring*" nella quale afferma che l'accordo con AEEL ha l'obbiettivo "*di ottimizzare le attività commerciali rivolte agli esercenti, consentendo alle banche aderenti di sviluppare un'offerta integrata e più ampia*"²⁴⁴.

280. Si ritiene, pertanto, che l'attività di collocamento dei contratti di convenzionamento per Amex svolta direttamente da CartaSi si estenda a coordinare l'attività delle banche in tal ambito. Le considerazioni svolte, infatti, valgono anche alla luce delle modifiche apportate all'accordo, che ora prevede che "*le attività di cui al presente accordo saranno svolte da SI Servizi esclusivamente a mezzo della propria forza vendite, con l'esclusione di qualsiasi coinvolgimento di terze banche o istituti finanziari con i quali SI Servizi possa intrattenere rapporti di altra natura*"²⁴⁵.

281. Al riguardo, rileva evidenziare come tale circostanza, sebbene non prevista già nel previgente accordo, si fosse comunque realizzata, come descritto in precedenza. E ciò sebbene le parti, nelle audizioni tenute nel corso del procedimento, avessero esplicitamente escluso che l'attività di convenzionamento di CartaSi si sarebbe svolta anche tramite le banche aderenti.²⁴⁶

282. Inoltre, l'eventualità che CartaSi possa assumere un ruolo di coordinamento dell'attività di convenzionamento svolta dalle banche per il circuito Amex anche in assenza di esplicite previsioni contrattuali è in qualche modo confermata dalla dichiarazione resa dalle parti che "*negli oltre dieci mesi di vigenza del Financial Service Agreement il convenzionamento degli esercenti svolto da CartaSi per conto di AEEL sulla base dell'accordo è stato effettuato esclusivamente attraverso gli agenti della rete CartaSi e non mediante le banche aderenti (...)*"²⁴⁷ (sottolineatura aggiunta).

Il coinvolgimento dei soli agenti nell'attività di convenzionamento, risulta corrispondente ai fatti solo nella misura in cui ci si limiti a considerare quanto avviene "*sulla base dell'accordo*". Ma poiché, invece, il punto in discussione è se l'attività di convenzionamento per Amex, che CartaSi svolgerà, coinvolgerà – a qualunque titolo – anche le banche aderenti, l'affermazione delle parti, per come è stata circoscritta, risulta quanto meno priva di utilità, se non, più probabilmente, indicativa dell'esistenza di altre attività svolte da CartaSi.

In altri termini, è chiaro che sulla base dell'accordo in esame, così come modificato, CartaSi si serve solo degli agenti per effettuare il convenzionamento per conto di Amex; tuttavia, come emerge dai documenti istruttori essere già successo, CartaSi, è in condizioni di svolgere, a seguito della stipula del contratto in esame, anche il ruolo di coordinare l'attività di convenzionamento per il circuito Amex effettuata dalle banche ad essa aderenti.

283. Per le ragioni esposte, anche la circostanza che le parti, nelle loro memorie, si siano dette disponibili ad assumere l'impegno formale nei confronti dell'Autorità "*a non intraprendere in futuro alcuna iniziativa congiunta in merito al convenzionamento degli esercenti, oltre a quanto già previsto nel nuovo accordo in esame*"²⁴⁸ appare irrilevante.

Infatti, anche a prescindere dalla considerazione che le parti non hanno poi dato seguito alla manifestazione di disponibilità attraverso la formale assunzione del prospettato impegno, si ritiene che la circostanza che CartaSi possa spingersi a coordinare l'attività delle banche aderenti nell'attività di convenzionamento che queste effettuano per conto di Amex è un rischio per il corretto assetto competitivo del mercato che non può

²⁴⁴ Doc. 478 "*Circolare CSI a banche13/2003*".

²⁴⁵ Cfr. doc. 642, all. 4 "*Contratto di convenzionamento*", art. 1

²⁴⁶ Cfr., ad esempio, doc. 545 del 5 marzo 2005 "*Verbale audizione CartaSi*", pag. 7, dove CartaSi specifica, a seguito di esplicita richiesta, che "*CartaSi effettuerà il convenzionamento per Amex solo tramite la propria rete di agenti*".

²⁴⁷ Cfr. doc. 625a del 25 maggio 2004 "*Comunicazione da parte di CartaSi, SI Holding, SI Servizi, AEEL e AESEL*", pag. 3

essere escluso da alcuna previsione contrattuale. Ciò sia in quanto detto coordinamento, per sua natura, non è un'attività che debba necessariamente essere svolta sulla base di un contratto né che una previsione contrattuale possa escludere che effettivamente si svolga, sia perché le parti hanno negato che il coordinamento sia avvenuto quando invece vi è evidenza agli atti del contrario e sia perché tale ruolo, come già evidenziato, appare connesso alla circostanza che CartaSi si configura come una “*struttura organizzativa stabilmente predisposta al perseguimento di un obiettivo comune*” e che “*agisce nell'interesse di tutte le banche aderenti.*”²⁴⁹

284. Pertanto, le modifiche effettuate dalle parti non paiono atte ad escludere che nella prassi l'attività di CartaSi si estenda al coordinamento di quanto realizzato direttamente dalle banche aderenti nell'attività di convenzionamento per conto di Amex.

285. Sulla base di quanto esposto si ritiene, quindi, che, per apprezzare l'ampiezza dell'attività di convenzionamento di CartaSi per Amex, con riferimento ai dati sul collocamento riportati precedentemente, al [34%-39%] di nuovi esercenti convenzionati per Amex per effetto della nuova attività di CartaSi si debba aggiungere il [37%-42%] dovuto all'attività delle banche aderenti a CartaSi e non attive indipendentemente nell'acquiring. Risulta, dunque, che già nel primo semestre di vigenza dell'accordo possa essere ricondotta sotto la guida di CartaSi circa i tre quarti dell'intera attività di convenzionamento per Amex²⁵⁰.

In questo contesto, l'attività di CartaSi può assumere una forte influenza sulla politica commerciale che Amex è in grado di tenere.

286. Pertanto, l'accordo di convenzionamento, anche nella sua versione modificata, consente a CartaSi di accrescere il proprio potere di mercato nei confronti degli esercenti e in tal modo è idoneo a sostenere livelli delle merchant fees praticate sia dal leader del mercato che da Amex più elevati di quelli altrimenti compatibili con l'espansione della rete di accettazione Amex. Si realizza, pertanto, una convergenza di interessi di natura collusiva fra il primo ed il secondo operatore del mercato, i quali, grazie all'accordo, conseguono una maggiore indipendenza di comportamento verso i clienti finali ed i concorrenti, con ciò realizzando una significativa restrizione della concorrenza sull'intero mercato delle carte di credito, anche in virtù della evidenziata particolare importanza del lato acquiring, in quanto fonte principale dei proventi nel mercato delle carte di credito.

Il contratto di processing

287. Il processing costituisce un'attività di natura essenzialmente tecnica, sostanziandosi nella elaborazione informatica di informazioni, funzionale al regolamento delle obbligazioni finanziarie tra esercenti e titolari. La realizzazione delle attività di processing, pertanto, non produce effetti sulle variabili commerciali rilevanti per le attività di emissione e delle carte di credito e di convenzionamento degli esercenti, le quali risentono di dinamiche competitive proprie, distinte da quelle del processing.

288. Tuttavia, la disponibilità per CartaSi di informazioni sensibili relative all'attività di un importante concorrente costituisce un profilo che necessita di approfondimento dal punto di vista degli effetti concorrenziali che esso può produrre.

Sotto questo aspetto, risulta che, anche grazie alle modifiche apportate all'accordo, il gruppo CartaSi non entrerà in possesso di informazioni rilevanti a fini commerciali per l'attività di emissione delle carte di credito o di convenzionamento degli esercenti²⁵¹.

289. In ogni caso, sul punto vale osservare che l'interesse di CartaSi in relazione all'attività di convenzionamento di Amex è rivolto esclusivamente verso gli esercenti potenziali clienti di Amex, i quali

²⁴⁸ Cfr. doc 639 “*Memoria difensiva di CartaSi e Amex*” del 18 giugno 2004, pag. 36

²⁴⁹ Parere alla Banca d'Italia (prov. 12155 del 16 giugno 2003, caso I574 – Servizi Interbancari).

²⁵⁰ Ciò è confermato anche per il periodo 1 gennaio-31 maggio 2004, nel quale gli agenti di CartaSi hanno convenzionato il [16%-21%] dei nuovi esercenti di Amex e le banche che operano sul mercato esclusivamente per conto di CartaSi il [52% - 57%]. Pertanto, anche in tale arco temporale, circa i tre quarti dell'intera attività di convenzionamento per Amex può essere ricondotta sotto la guida di CartaSi.

²⁵¹ Ciò anche grazie agli obblighi di riservatezza posti in capo a SSB nei confronti di qualunque soggetto terzo e, in particolare, di società del gruppo CartaSi. Comportamenti difforni dagli obblighi previsti dal contratto configurerebbero pertanto un'intesa tra le parti diversa da quella notificata

con buona probabilità sono già convenzionati per Visa e Mastercard (circuiti per i quali CartaSi è l'acquirer principale). Tuttavia, le informazioni acquisite da SSB grazie all'accordo di *processing* si riferiscono esclusivamente agli esercenti già convenzionati per Amex.

Per altro verso, anche il rischio che CartaSi, disponendo di informazioni relative alle transazioni effettuate, possa indurre gli esercenti ad indirizzare i titolari verso i circuiti Visa e Mastercard appare assai remoto dato che, per regola di circuito, l'esercente è costretto ad accettare qualunque carta per cui sia convenzionato. Pertanto i proventi che CartaSi deriva dall'attività di convenzionamento dipendono dalle preferenze dei consumatori circa l'utilizzo di una carta (Visa/Mastercard) piuttosto che dell'altra (Amex).

Né, alla luce delle caratteristiche dell'attività di convenzionamento, dove operano, come descritto nella parte in fatto, altri acquirer aggressivi in concorrenza con CartaSi, appare realistico ritenere che la puntuale conoscenza delle merchant fee praticate da Amex possa indurre CartaSi e le banche ad esse aderenti, a modificare i comportamenti di fissazione delle proprie merchant fee.

290. Pertanto, l'accordo di processazione delle transazioni non risulta suscettibile di produrre restrizioni della concorrenza apprezzabili nel mercato delle carte di credito.

V.2.f La valutazione dell'esenzione in deroga dell'accordo di acquiring

291. In merito all'accordo in esame le parti hanno richiesto, in subordine all'accertamento delle non restrittività, la concessione dell'esenzione in deroga di cui all'art. 4 della legge n. 287/90.

Come già osservato, i criteri di valutazione – cumulativi – per la concessione della deroga richiedono di accertare che l'accordo consenta miglioramenti nelle condizioni di offerta, che di tali vantaggi vengano a beneficiarne in modo sostanziale i consumatori, che l'accordo sia indispensabile per il raggiungimento di tali effetti e che la concorrenza non venga eliminata completamente dal mercato di riferimento.

L'onere di provare che sussistono le condizioni per la concessione dell'autorizzazione in deroga, ai sensi dell'art. 4, comma 1, della legge n. 287/90, incombe sui soggetti che la richiedono²⁵².

292. Nel corso del procedimento non sono emersi elementi sufficienti a suffragare la sussistenza di tutti i quattro requisiti.

293. In merito al miglioramento nelle condizioni di offerta e ai trasferimenti di tali benefici ai consumatori, le parti argomentano che l'attività di convenzionamento svolta da CartaSi consentirebbe ad Amex un più rapido allargamento della rete di accettazione Amex, e che ciò avverrebbe attraverso un utilizzo più efficiente della rete di agenti di CartaSi.

Tuttavia, le parti non forniscono alcuna quantificazione dei presunti guadagni di efficienza derivanti da un più intenso sfruttamento della rete di agenti di CartaSi²⁵³.

Inoltre, sebbene l'effetto di ampliamento della rete di accettazione di Amex costituisca sicuramente un beneficio soggettivo per Amex, non vi è alcuna garanzia che, ove tale obiettivo sia perseguito tramite l'accordo in esame, questo possa tradursi in un beneficio per i consumatori. Al contrario, le valutazioni esposte inducono a ritenere che l'accordo è idoneo a sostenere livelli delle merchant fees praticate sia da CartaSi che da Amex più elevati di quelli che altrimenti si verificherebbero a seguito di un espansione della rete di accettazione Amex in assenza dell'accordo, comportando un peggioramento complessivo della situazione in cui si troverebbero gli esercenti e, di conseguenza, i consumatori.

294. Peraltro, benché l'osservazione precedente sia assorbente, ovvero renda superfluo l'accertamento del carattere di indispensabilità dell'accordo al fine di realizzare i miglioramenti di efficienza²⁵⁴ prospettati dalle parti, si osserva quanto segue. A detta delle stesse parti, in assenza dell'accordo in esame, Amex dovrebbe potenziare la propria rete di agenti sul territorio, oppure rivolgersi ad una nuova rete di agenti, *“che potrebbe non rivelarsi altrettanto efficace ed affidabile quanto quella di CartaSi”*²⁵⁵ (sottolineatura

²⁵² Cfr. I/469 Unione Petrolifera/Piano di razionalizzazione della rete di carburanti, punto 70.

²⁵³ Cfr. Comunicazione della Commissione “Linee direttrici sull'applicazione dell'art. 81 (3)” in GUCE 2004/C 101/08, punto 56

²⁵⁴ Cfr. Comunicazione della Commissione “Linee direttrici sull'applicazione dell'art. 81 (3)” in GUCE 2004/C 101/08, punto 74 “Per quanto concerne la terza condizione di cui all'articolo 81, paragrafo 3, il fattore decisivo è se l'accordo restrittivo e le singole restrizioni permettono o no di realizzare l'attività in questione in maniera più efficiente di quanto sarebbe avvenuto in assenza dell'accordo o della restrizione di cui trattasi”.

²⁵⁵ Cfr. doc. 639 “Memoria difensiva di CartaSi e American Express” del 18 giugno 2004, pag. 49.

aggiunta). E' di tutta evidenza come le parti stesse non abbiano alcuna certezza in merito alla minor efficacia di reti alternative a quella di CartaSi. Del resto, agli atti del procedimento non vi è documentazione relativa alla necessità che l'espansione della rete di convenzionamento di Amex avvenga tramite CartaSi, né all'eventuale costo di collocamento dei contratti di convenzionamento di Amex attraverso reti alternative a quella di CartaSi, né alcuna altra informazione idonea sostenere la tesi che il coinvolgimento di CartaSi nell'acquiring di Amex sia necessario al fine di ampliare la rete di accettazione Amex.

295. Sulla scorta delle considerazioni fatte non appare necessario valutare se l'accordo elimina completamente la concorrenza sul mercato o meno²⁵⁶.

Tutto ciò premesso e considerato;

DELIBERA

a) che l'accordo tra le società American Express Services Europe Ltd. e SI Holding S.p.A., con la partecipazione di CartaSi S.p.A., riguardante la costituzione dell'impresa comune Iconcard S.p.A., costituisce un'intesa idonea a restringere la concorrenza in maniera consistente nel mercato italiano delle carte di credito, in violazione dall'articolo 2, comma 2, della legge n. 287/90;

b) che l'accordo tra le società American Express Europe Ltd. e SI Servizi S.p.A., riguardante l'attività di convenzionamento esercenti, costituisce un'intesa idonea a restringere la concorrenza in maniera consistente nel mercato italiano delle carte di credito, in violazione dall'articolo 2, comma 2, della legge n. 287/90;

c) che l'accordo tra le società American Express Europe Ltd. e SI Servizi S.p.A., riguardante l'attività di *processing* delle transazioni, non risulta, allo stato attuale, un'intesa suscettibile di restringere la concorrenza ai sensi dell'art. 2 della legge n. 287/90;

d) di accogliere la richiesta di autorizzazione in deroga, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, della legge n. 287/90, per l'accordo, come da ultimo modificato, tra le imprese American Express Services Europe Ltd. e SI Holding S.p.A., con la partecipazione di CartaSi S.p.A., riguardante la costituzione dell'impresa comune Iconcard S.p.A., nei limiti espressi in valutazione. L'autorizzazione è concessa fino al 31 dicembre 2007;

e) di rigettare l'istanza di autorizzazione in deroga, ai sensi dell'articolo 4, comma 1, della legge n. 287/90, per l'accordo, tra le imprese American Express Europe Ltd. e SI Servizi S.p.A., riguardante l'attività di convenzionamento esercenti;

f) che la società SI Servizi S.p.A. cessi dalla continuazione dell'attività di convenzionamento per il circuito American Express, dando comunicazione all'Autorità delle misure adottate per la cessazione dell'infrazione entro 90 giorni dalla notificazione del presente provvedimento.

L'Autorità può, ai sensi dell'articolo 4, comma 2, della legge n. 287/90 e dell'articolo 15 del D.P.R. n. 217/98, previa diffida, revocare in qualsiasi momento il beneficio dell'autorizzazione in deroga, qualora i soggetti interessati abusino dell'autorizzazione ovvero quando venga meno uno dei presupposti dell'autorizzazione.

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

²⁵⁶ Cfr. *Comunicazione della Commissione "Linee direttrici sull'applicazione dell'art. 81 (3)"* in GUCE 2004/C 101/08, punto 38.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 33, comma 1, della legge n. 287/90, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Rita Ciccone

IL PRESIDENTE

Giuseppe Tesauro
