C12177 - COMMERCianti INDIPENDENTI ASSOCIATI/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO

Provvedimento n. 27368

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 ottobre 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'articolo 5 della medesima;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998 n. 217;

VISTA la comunicazione della società Commercianti Indipendenti Associati Soc.coop., pervenuta in data 16 luglio 2018;

VISTA la propria richiesta di informazioni, trasmessa in data 3 agosto 2018, con la quale sono stati interrotti i termini per la valutazione dell'operazione ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. n. 217/1998;

VISTA la risposta della società Commercianti Indipendenti Associati Soc.coop. pervenuta in data 30 agosto e integrata in date 3, 5, e 14 settembre 2018;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Commercianti Indipendenti Associati Soc.coop. (di seguito anche "CIA") è una delle sette cooperative di dettaglianti aderenti al Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD S.c. a r.l.¹ (di seguito "CONAD"), attive prevalentemente nella distribuzione di beni alimentari e per l'igiene personale e della casa. CONAD è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti (complessivamente oltre 2.500 dettaglianti) del commercio al dettaglio presente in Italia, secondo un modello distributivo costruito sulla figura del commerciante-cooperatore, ossia l'imprenditore del commercio autonomo associato in cooperativa.

In particolare, CIA associa gli imprenditori CONAD dei territori di Romagna (nelle province di Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini e a San Marino), delle Marche (Pesaro-Urbino e Ancona), del Friuli Venezia Giulia (Trieste, Gorizia, Pordenone, Udine), del Veneto (Padova, Treviso, Belluno, Verona, Rovigo). La rete è composta, al 31 dicembre 2017, da 222 punti vendita, a insegna: Conad Ipermercato, Conad Superstore, Conad, Conad City e Conad Spesa Facile. Nel 2017, a livello mondiale, CIA ha realizzato un fatturato pari a circa [1-2 miliardi] di euro², pressoché interamente realizzato per vendite in Italia³.

2. Il ramo d'azienda oggetto della concentrazione sono i punti vendita di proprietà della società IPER Montebello S.p.A. (di seguito "Iper Montebello") situati in provincia di Udine (Torreano di Martignano) e Pesaro. Iper Montebello è una società attiva nel settore della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari (bevande, drogheria chimica, bassa profumeria, prodotti ortofrutticoli, carni, latticini, salumi, surgelati, pane e pasticceria, tessile e giocattoli, casalinghi, piccoli elettrodomestici, articoli non *food* in genere), soggetta al controllo della società Finiper S.p.A., a sua volta controllata da Canova 2007 S.p.A., società riconducibile al sig. Marco Brunelli. Il fatturato realizzato nel 2017 da Iper Montebello per i due punti vendita oggetto dell'operazione di concentrazione è stato pari a circa [30-100] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nell'affitto, da parte di CIA, del ramo di azienda di Iper Montebello costituito da due punti vendita situati a Torreano di Martignano (in provincia di Udine, di dimensione pari a circa 7.000 metri quadri) e a Pesaro (di dimensione pari a circa 6.600 metri quadri) per un periodo di dieci anni. Ad esito dell'operazione di

¹ [Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD svolge a livello nazionale alcune funzioni commerciali e di marketing per i propri soci, tra le quali spicca la funzione di centrale d'acquisto per le cooperative socie.]

² [Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

³ [Il modello organizzativo Conad si fonda sulla figura del commerciante-cooperatore, ossia l'imprenditore del commercio autonomo associato in cooperativa ed è strutturato su tre livelli:

i) il primo livello è rappresentato dai soci titolari dei punti vendita, imprenditori in proprio, associati in cooperativa. Il socio imprenditore è, al tempo stesso, commerciante, imprenditore e cooperatore, e sceglie liberamente di associarsi al sistema Conad;

ii) il secondo livello è costituito dalle cooperative (quale, per l'appunto, CIA), socie del Consorzio nazionale Conad, che operano nelle diverse aree del territorio italiano, supportando gli imprenditori associati e coordinando l'attività commerciale a livello territoriale, con servizi amministrativi, commerciali, logistici e finanziari;

iii) il terzo livello è rappresentato dal Consorzio nazionale Conad, che agisce da centrale di acquisto e servizi, si occupa della pianificazione strategica, dell'attività di marketing e di comunicazione per tutto il sistema, nonché della produzione, della promozione e dello sviluppo del marchio "Conad".]

concentrazione, i punti vendita assumeranno il nuovo marchio "IPERCONAD", allo scopo di abbinare la storicità del marchio Iper Montebello all'insegna Conad.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

5. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04 ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della stessa legge, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge, è stato superiore a 495 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno da almeno due delle imprese interessate è superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

6. Secondo la prassi consolidata dell'Autorità⁴, nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO) operano, a livello nazionale, molteplici operatori, con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegata. In particolare, la GDO viene solitamente suddivisa in: Grande Distribuzione (GD), nella quale sono comprese le grandi catene distributive organizzate in forma di impresa o di gruppo di imprese, e Distribuzione Organizzata (DO), di cui fanno parte le catene costituite da soggetti giuridici distinti, ma "legati" dalla comune adesione a formule associative di vario tipo, quali consorzi, unioni volontarie, società di servizi, cooperative di consumo, ecc..

7. All'interno della GDO possono distinguersi diverse categorie di punto vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano rispetto a un insieme di caratteristiche (dimensione, posizionamento, gamma di prodotti offerti, presenza di banchi del fresco, ecc.) che concorrono a determinarne la qualità e il livello di servizi offerti.

8. Sulla base di un consolidato orientamento dell'Autorità, esiste una catena di sostituibilità tra le diverse tipologie di punto vendita che fa sì che le relazioni maggiormente significative, ai fini della delimitazione dei mercati, risultino limitate alle categorie immediatamente contigue sotto il profilo dimensionale. Le relazioni di sostituibilità non sono, peraltro, necessariamente simmetriche, potendosi ipotizzare che i punti vendita di dimensioni più elevate esercitino una maggiore pressione concorrenziale.

9. Nei propri precedenti, l'Autorità ha conseguentemente identificato l'esistenza di mercati merceologici distinti per ciascuna categoria dimensionale di punto vendita, definiti in particolare come segue:

- i) il mercato delle *superette* (100-400 mq), composto dalle stesse *superette* e dai supermercati medio-piccoli (aventi una superficie compresa tra 400 e 1.500 mq);
- ii) il mercato dei supermercati (400-2.500 mq), composto da tutti i supermercati, dalle *superette* e dagli ipermercati;
- iii) il mercato degli ipermercati (dai 2.500 mq in su), composto dagli ipermercati e dai grandi supermercati (di dimensione pari o superiore ai 1.500 mq).

10. Considerato che il ramo di azienda oggetto di acquisizione è costituito da due punti vendita di dimensioni superiori a 6000 mq, il mercato merceologico interessato dalla presente operazione è quello degli ipermercati.

Il mercato geografico

11. Sotto il profilo geografico, i mercati della GDO hanno dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve tuttavia essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. E' prassi dell'Autorità valutare le condizioni concorrenziali esistenti su specifiche porzioni di territorio delimitate da curve isocrone o isometriche costruite attorno ai singoli punti vendita interessati dall'operazione⁵.

12. Tenuto conto della dislocazione territoriale dei punti vendita oggetto di acquisizione, i mercati geografici interessati dalla presente operazione sono pertanto individuati dall'area delimitata da curve isocrone di 20 minuti di guida costruite intorno ai punti vendita interessati.

Gli effetti dell'operazione

13. Con riferimento all'isocrona costruita intorno al punto vendita di Iper Montebello sito in Torreano di Martignano (UD), CIA non è presente nel mercato rilevante. Il punto vendita oggetto di acquisizione detiene una quota di mercato pari a circa il [15-20%] e l'operazione di concentrazione consiste nella mera sostituzione di un operatore con un altro in un contesto che vede la presenza di numerosi e qualificati concorrenti quali: ASPIAG con il [25-30%], CARREFOUR con il [25-30%], Bennet con il [10-15%] e PANORAMA con il [5-10%].

⁴ [V. IC43 - SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, Delibera n. 24465 del 24 luglio 2013.]

⁵ [V., ad esempio, C11968 - COOP CENTRO ITALIA/GRANDI MAGAZZINI SUPERCONTI-SUPERCONTI SUPERMERCATI TERNI-SUPERCONTI SERVICE, provv. n. 25419 del 8 aprile 2015, in Boll. n. 14/2015.]

14. Per quanto concerne l'isocrona calcolata a partire dal punto vendita di Iper Montebello sito in Pesaro, CIA è già presente al suo interno con due grandi supermercati (aventi dimensioni comprese tra 1500 e 2500 mq)⁶, la cui quota di mercato è complessivamente pari a circa il [15-20%], mentre il punto vendita di Iper Montebello oggetto di acquisizione detiene una quota di mercato pari a circa il [20-25%].

Ad esito dell'operazione, quindi, CIA acquisirà una quota di mercato pari a circa il [40-45%] del mercato rilevante.

15. Pur a fronte dell'acquisizione di una quota consistente, si evidenzia che CIA, nel mercato rilevante, si dovrà confrontare con qualificati operatori. In particolare, il principale concorrente di CIA, con una quota del [30-35%], è COOP, primo operatore a livello nazionale nel settore della GDO e storicamente il più stretto *competitor* di CONAD. Anche gli altri concorrenti, Auchan con il [15-20%], Simply con il [5-10%] e Famila con il [1-5%] appaiono in grado di esercitare una rilevante concorrenza attuale e potenziale, posto che rappresentano importanti operatori attivi sull'intero territorio nazionale

16. In conclusione, relativamente alle isocrone costruite intorno ai punti vendita Iper Montebello di Torreano di Martignano (UD) e di Pesaro, l'operazione non appare alterare in maniera sostanziale il livello della concorrenza.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE *f.f.*
Gabriella Muscolo

⁶ [Si tratta del Conad Superstore di Pesaro e del Conad Superstore di Cattolica (Rimini) che distano, rispettivamente, circa 7 minuti e 18 minuti dal punto vendita oggetto della concentrazione.]