

C12235 - NORDICONAD-CONAD DEL TIRRENO/CONAD NORD OVEST

Provvedimento n. 27807

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 giugno 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione delle società Nordiconad Soc.coop. e Conad del Tirreno Soc. Coop., pervenuta in data 22 maggio 2019;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Nordiconad Soc.coop. (di seguito "Nordiconad") è una delle cooperative di dettaglianti aderenti al Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD S.c. a r.l.¹ (di seguito "CONAD"), attiva nella distribuzione di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo. 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, Nordiconad opera attraverso una rete di vendita diretta e associata, composta da punti vendita con insegna CONAD attivi in Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Emilia-Romagna e Veneto. Nordiconad ha realizzato in Italia un fatturato, nel 2017, pari a circa 1,1 miliardi di euro.

2. Conad del Tirreno Soc. Coop. (di seguito anche "Conad del Tirreno") è anch'essa una cooperativa di dettaglianti aderenti a CONAD, attiva nella distribuzione di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.

Conad del Tirreno associa imprese che gestiscono una rete di punti vendita con insegna CONAD localizzati in Liguria, Lazio, Sardegna e Toscana. Conad del Tirreno ha realizzato nell'esercizio 2017 in Italia un fatturato pari a circa 1,7 miliardi di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nella fusione per unione tra Nordiconad e Conad del Tirreno. La fusione sarà eseguita mediante la costituzione di una nuova società, che sarà denominata Conad Nord Ovest Soc. Coop. e svolgerà la medesima attività delle Parti.

L'operazione nasce dall'esigenza di concentrare i patrimoni, gli asset e le attività delle due società, al fine di conseguire una maggiore efficienza gestionale e finanziaria nonché di ottenere sinergie ed economie di scala.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta la fusione tra due imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera a), 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 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, così come modificato dall'articolo 5-bis, comma 2, lettera c), del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito in legge 24 marzo 2012, n. 27 e dalla Delibera dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato n. 27059 del 7 marzo 2018, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 498 milioni di euro ed il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale individualmente dalle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

6. L'operazione in esame interessa il settore della grande distribuzione organizzata (GDO) di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo. Secondo la prassi consolidata dell'Autorità², nel settore della GDO operano, a livello

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

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 pressione concorrenziale.

9. Nei propri precedenti³, 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).

Il mercato geografico

10. 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. È 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'operazione⁴. Nel caso di specie, tuttavia, non è necessario arrivare ad una precisa definizione dei mercati geografici rilevanti in quanto le parti operano in province differenti.

Gli effetti dell'operazione

11. Il settore interessato dall'operazione in esame è quello della grande distribuzione organizzata, nel quale sono attive sia Nordiconad sia Conad del Tirreno. Le Parti non hanno specificato i singoli mercati del prodotto nei quali operano, indicando esclusivamente di essere entrambe attive nel commercio di generi di largo consumo alimentari e non alimentari.

12. Nordiconad risulta attiva con i propri punti vendita nelle province di Alessandria, Aosta, Asti, Biella, Bologna, Cuneo, Ferrara, Genova, Imperia, Mantova, Modena, Novara, Savona, Torino, Verbano-Cusio-Ossola e Vercelli.

Conad del Tirreno opera invece nelle province di Arezzo, Cagliari, Firenze, Grosseto, La Spezia, Livorno, Lucca, Massa-Carrara, Nuoro, Oristano, Pisa, Pistoia, Prato, Sassari, Siena, Sud Sardegna e parte delle province di Roma e Viterbo.

13. Poiché le Parti operano in mercati geografici differenti, l'operazione di concentrazione non produce effetti di sovrapposizione orizzontale in nessuno dei mercati potenzialmente interessati.

14. Per quanto precede, l'operazione comunicata non riduce in modo sostanziale la concorrenza sui mercati interessati.

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.

³ [Cfr., tra gli altri, il provv. n. 26013 dell'11 maggio 2016, C12043 - COOP ALLEANZA 3.0/DISTRIBUZIONE LAZIO UMBRIA e, più di recente, il provv. n. 27369 del 3 ottobre 2018, C12178 - CONAD ADRIATICO/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO.]

⁴ [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.]

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli