C12496 - BUBBLES BIDCO/REALE COMMERCIALE
Provvedimento n. 30345

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 ottobre 2022;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Bubbles BidCo S.p.A., pervenuta il 4 ottobre 2022, ai sensi dell'articolo 16 della legge n. 287/90;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Bubbles BidCo S.p.A. (d'ora in avanti, Bubbles o la Parte notificante) è una *holding* indirettamente controllata da fondi gestiti o *advised* - direttamente o indirettamente - da H.I.G. Capital (d'ora in avanti, H.I.G.)[1].

2. H.I.G. è una società attiva a livello globale nel *private equity* e negli investimenti alternativi e, in particolare, nell'offerta di capitale di debito o *equity* a piccole e medie imprese[2].

3. Per quanto di interesse ai fini della presente operazione, H.I.G. opera nel settore dei beni di largo consumo e, in particolare, nella vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene e la cura della persona e della casa tramite le seguenti società, acquisite da Bubbles nel 2021 (d'ora in avanti, il Gruppo Bubbles)[3]:

- Cesar S.p.A.;
- Gruppo SDA S.r.l. Servizi Distribuzione Associati e le sue controllate[4];
- VDM Vaccaro Distribuzione Merci S.r.l.[5].

4. Nel settore qui di interesse, il Gruppo Bubbles opera prevalentemente tramite punti vendita con l'insegna *Acqua&Sapone*,[6] dislocati su buona parte del territorio nazionale (Regioni Abruzzo, Basilicata, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna e Valle d'Aosta, mentre non opera in Campania e Calabria), attraverso cui commercializza: *(i)* prodotti per la pulizia della casa di vari marchi (Omino Bianco, Cif, Svelto, etc.); *(ii)* prodotti per la cura della persona di vari marchi (Nivea, Infasil, Garnier, Lysterine, etc.); *(iii)* cosmetici; *(iv) gadget* associati.

5. Il Gruppo Bubbles aderisce al *Consorzio A&S* che svolge, fra l'altro, attività di *procurement* in favore dei propri membri attraverso la centrale di acquisto ESD Italia S.r.l., della quale il Consorzio è socio (con una quota del 14%), insieme ad Agorà Network, Aspiag Service (concessionaria del marchio Despar in Italia), Selex e Supermercati Uniti Nazionali.

6. Infine il Gruppo Bubbles è attivo, marginalmente, anche nella vendita all'ingrosso di prodotti per la cura della casa e l'igiene della persona.

7. Nel 2021 H.I.G. ha realizzato un fatturato consolidato di *[30-40]** miliardi di euro, di cui circa *[1-2]* miliardi di euro in Italia.

8. Reale Commerciale S.p.A. (d'ora in avanti, Reale o la *Target*) è una società controllata da una persona fisica, attiva in Campania e Calabria pressoché esclusivamente nel commercio al dettaglio di prodotti per l'igiene e la cura

---

[1] *[In particolare, Bubbles è interamente partecipata da Forum Holding 6 S.a r.l., con sede in Lussemburgo, la quale è indirettamente controllata da Forum Holding 4 S.a r.l., il cui capitale sociale è detenuto, direttamente o indirettamente, per il 74,8% da H.I.G.]*

[2] *[Ulteriori informazioni su H.I.G. sono disponibili agli indirizzi: https://higcapital.com e https://higeurope.com.]*

[3] *[Cfr. decisione della Commissione Europea del 27 settembre 2021, M.10392 - H.I.G. Capital/Cesar/SDA/VDM.]*

[4] *[Si tratta delle società Quamar Distribuzione S.r.l., anch'essa attiva nella vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene e la cura personale, e SRM Trasporti S.r.l., controllata da SDA tramite Quamar, che fornisce servizi logistici e di trasporto infra-gruppo.]*

[5] *[È in corso, da parte dell'Autorità, la valutazione dell'acquisto della società Quattro s.r.l., cfr. provvedimento AGCM n. 30310 del 04/10/2022 C12488 - Bubbles Bidco/Quattro.]*

[6] *[Cesar S.p.A. opera anche attraverso i segni distintivi La Saponeria.]*

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

della casa (ad esempio, detergenti, saponi, etc.) e prodotti per l'igiene e la cura della persona (ad esempio, saponi, profumeria e cosmetici), attraverso 41 punti vendita operativi e 4 in apertura.

9. Reale detiene una quota del 12,5% del capitale sociale e dei diritti di voto esercitabili nell'assemblea del Consorzio A&S e si avvale, a sua volta, della centrale di acquisto ESD, in cui il consorzio detiene una partecipazione del 15% del capitale sociale.

10. Infine, Reale è attiva marginalmente anche nella vendita all'ingrosso di prodotti per la cura della casa e l'igiene della persona.

11. Nel 2021 il fatturato di Reale è stato pari a *[31-100]* milioni di euro, interamente realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

12. L'operazione consiste nell'acquisizione da parte di H.I.G. Capital, attraverso Bubbles BidCo, del controllo esclusivo di Reale.

13. Sulla base del contratto di compravendita di partecipazioni (d'ora in poi, anche, SPA) sottoscritto il 3 ottobre 2022, Bubbles BidCo acquisirà il 100% del capitale sociale della Target, che nel frattempo avrà incorporato le società collegate[7].

14. Lo SPA prevede, inoltre, per un periodo di due anni dal *closing*:

(i) un obbligo di non concorrenza, in virtù del quale i venditori si impegnano a non svolgere all'interno delle Regioni Campania e Calabria, direttamente o indirettamente, attività nei settori in cui è attiva la Target e a non detenere - in via diretta o indiretta - partecipazioni di controllo in società che svolgano le medesime attività della Target in Italia;

(ii) un obbligo di non sollecitazione, in virtù del quale i venditori si impegnano a non offrire l'assunzione o incarichi di lavoro a qualunque soggetto ricopra una posizione nella Target e a non assumere la qualifica di dipendente/prestare servizi in favore di qualsiasi società attiva in Italia nei medesimi settori in cui è attiva la Target;

(iii) un obbligo di non sollecitazione, in virtù del quale i venditori si impegnano a non sollecitare i fornitori della Target a interrompere le loro relazioni commerciali con la medesima ovvero a modificare negativamente i termini e/o le condizioni di tali relazioni commerciali.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

15. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. 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 medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio in Italia, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 517 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio in Italia, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

16. Gli obblighi di non concorrenza e di non sollecitazione sottoscritti dalle parti e descritti nei paragrafi precedenti possono essere ritenuti direttamente connessi e necessari alla realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che non impediscano ai venditori di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario[8].

IV. VALUTAZIONI

Il settore interessato

17. In considerazione dell'attività delle Parti, il settore interessato dall'operazione in esame è quello della distribuzione al dettaglio di prodotti per l'igiene e la pulizia della casa (d'ora in avanti, *home care*) e della cura della persona (*personal care*) e di prodotti di profumeria e cosmetici. Tali prodotti possono essere suddivisi sulla base dello specifico bisogno che essi intendono soddisfare.

18. Sulla base di dati disponibili, nel 2021 il valore complessivo delle vendite di prodotti *home care* in Italia è stato pari a circa 1,4 miliardi di euro, di cui più di un terzo realizzate nei *drugstore*. Nello stesso anno, la vendita di prodotti *personal care* di cosmetici (compresi i profumi di lusso) ha generato, in Italia, un fatturato complessivo pari a circa 10,6 miliardi di euro.

19. Tali prodotti sono commercializzati da diverse categorie di operatori, tra cui le più importanti sono:

(i) gli esercizi commerciali di piccole dimensioni;

(ii) gli esercizi multi-prodotto con un *focus*, fra l'altro, su prodotti di largo consumo nel settore della cura e igiene per la casa e per la persona (cd. *drugstore*, quali Gruppo Maury's, Casa&Co., Risparmio Casa e Tigotà);

---

[7] *[In particolare, Reale incorporerà le seguenti società: New format S.r.l., A&S S.r.l., Blu Point S.r.l., 4Erre S.r.l., Erre.pi S.r.l., Errelunga S.r.l., La Fenice S.r.l.; Sema s.r.l.*
]

[8] *[Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.]*

(iii) i punti vendita della grande distribuzione organizzata (GDO).

20. Tutti gli operatori hanno un assortimento che copre le varie categorie di prodotti *home* e *personal care*. I diversi canali tendono a differenziarsi, tuttavia, in relazione all'ampiezza e alla profondità delle referenze in assortimento, al posizionamento di prezzo, al numero e alla qualità dei servizi offerti al consumatore.

I mercati rilevanti

21. Ai fini della valutazione della presente operazione, vengono in rilievo i seguenti mercati:

a) il mercato della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici;

b) il mercato dell'approvvigionamento di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona;

c) il mercato della vendita all'ingrosso di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici.

a) Il mercato della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici

22. La definizione di questo mercato è in via di approfondimento dall'Autorità nell'ambito del procedimento istruttorio C12488[9]. In particolare sarà oggetto di approfondimento la corretta delimitazione merceologica del mercato, con riferimento all'inclusione nello stesso delle vendite *online*, delle vendite effettuate attraverso i canali della grande distribuzione e *discount*.

Nel caso di specie, tuttavia, non occorre pervenire ad una definizione più puntuale del mercato ,+in quanto Bubbles non risulta attiva in nessun mercato locale della Campania e della Calabria.

b) Il mercato dell'approvvigionamento di prodotti per la cura della casa e della persona

23. Nel settore della Grande Distribuzione Organizzata, il mercato dell'approvvigionamento è costituito dagli acquisti delle catene della GDO, che rappresentano il lato della domanda, presso i produttori di beni di largo consumo (alimentari e non), che definiscono l'offerta, ai fini della rivendita nel canale della distribuzione moderna[10]. L'Autorità ha ritenuto, inoltre, che in tale mercato potessero essere individuati diversi sotto-mercati, distinti per categorie di prodotti.

24. Tale mercato ha dimensione geografica nazionale, in ragione della circostanza che gli acquisiti e le negoziazioni si svolgono a livello nazionale.

25. Le decisioni e le modalità di approvvigionamento dei prodotti per la cura e l'igiene della casa e della persona utilizzati dalle Parti presentano significative analogie con quelli usati dalla GDO, in relazione, in particolare, alla tipologia e alla varietà dei prodotti acquistati e alla partecipazione in consorzi (come il *Consorzio A&S* di cui fanno parte sia l'acquirente che la *target*) facenti parte delle medesime centrali di acquisto della GDO (*ESD*).

26. Per tale ragione, si ritiene che l'ampiezza merceologica e geografica del mercato dell'approvvigionamento di prodotti per la cura della casa e della persona definita in relazione alla GDO siano valide anche con riguardo all'attività delle Parti della presente operazione. In quest'ambito, prendendo la definizione di mercato più stretta possibile, ossia quella dell'approvigionamento nel settore della cura della casa e della persona a livello nazionale, Bubbles ha una quota del *[5-10%]* mentre la *target* ha una quota inferiore all'1%.

c) Il mercato della vendita all'ingrosso di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici

27. L'Autorità, nei propri precedenti[11], ha definito il mercato del commercio all'ingrosso di prodotti per l'igiene della casa e della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici, indipendentemente dalla tipologia di prodotto.

28. Nella più recente decisione relativa al caso C12416[12], sia con riguardo ai prodotti *personal care*, sia ai prodotti *home care*, è stato ritenuto possibile, invece, individuare mercati del prodotto separati, in base alla loro specifica funzione d'uso.

29. Da un punto di vista geografico tale mercato ha dimensione nazionale.

30. Considerato che le quote di mercato di acquirente e *target*, rispetto al valore complessivo del mercato, risultano essere residuali (circa *[25-30]* milioni di vendite complessive) si ritiene che non sia necessario pervenire ad una definizione più precisa del mercato.

Gli effetti dell'operazione

31. Con riferimento al mercato della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici non si riscontra alcuna sovrapposizione orizzontale in quanto Bubbles non risulta attiva in Campania e Calabria. Analogamente non sussistono criticità concorrenziali con riferimento agli altri mercati considerati, attesa la quota minima dell'acquirente e la quota del tutto residuale della *target*.

---

9 *[Provvedimento AGCM n. 30310 del 04/10/2022 C12488 - Bubbles Bidco/Quattro.]*

10 *[Cfr. C12247B - BDC Italia-Conad/Auchan, provv. n. 28064b del 24 gennaio 2020, in Bollettino n. 10/20.]*

11 *[Cfr. C10818 - Gruppo SDA/Quamar, provv. n. 21872 del 1° dicembre 2010, in Bollettino n. 47/10.]*

12 *[Cfr. C12416 - Bolton Group/Madel, provv. n. 30050 del 1° marzo 2022, in Bollettino n. 10/22.]*

32. Pertanto, l'operazione non risulta suscettibile di ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nel mercato in esame e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che gli obblighi di non concorrenza intercorsi tra le parti sono accessori alla presente operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare i suddetti patti che si realizzino oltre i limiti ivi indicati;

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 notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli