C12178 - CONAD ADRIATICO/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO
Provvedimento n. 27369

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 Conad Adriatico 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 Conad Adriatico Soc.coop. pervenuta in data 31 agosto 2018 e integrata in date 5, 14 e 18 settembre 2018;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Conad Adriatico Soc.coop. (di seguito "CONAD ADRIATICO") 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, CONAD ADRIATICO opera nelle Marche (province di Ascoli Piceno, Fermo e Macerata) e in Abruzzo, Molise, Puglia e Basilicata. E' inoltre presente in Albania e Kosovo. Il fatturato realizzato da Conad Adriatico nel 2017, a livello mondiale, è stato pari a circa *[700-1.000]*[2] milioni di euro, pressoché interamente realizzato per vendite in Italia[3].

2. Il ramo d'azienda oggetto della concentrazione consiste nei punti vendita di proprietà della società IPER Montebello S.p.A. (di seguito "Iper Montebello") situati all'interno delle province di Macerata, Teramo, Pescara e Chieti. 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, carini, 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 quattro punti vendita oggetto dell'operazione di concentrazione è stato pari a circa *[100-495]* 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 quattro punti vendita situati a Macerata (di dimensioni pari a circa 5.000 mq), Teramo (di dimensioni pari a circa 7500 mq), Pescara (di dimensioni pari a circa 5.575 mq) e Chieti (di dimensioni pari a circa 6.000 mq) per un periodo di dieci anni. Ad esito dell'operazione di concentrazione, i punti vendita assumeranno il nuovo marchio "IPERCONAD", in modo da abbinare la storicità del marchio Iper Montebello all'insegna Conad.

---

[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 omessi, 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, Conad Adriatico), 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".]

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 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'Autorità[4], nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO) operano, a livello nazionale, molteplici operatori, con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegate. 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 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 quattro punti vendita di dimensioni superiori a 5000 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'operazione[5].
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. La Tabella che segue presenta le quote di mercato di CONAD ADRIATICO e dei punti vendita di Iper Montebello oggetto di acquisizione nei mercati degli ipermercati situati all'interno di isocrone di 20 minuti di guida costruite intorno ai punti vendita Iper Montebello presenti a Macerata, Chieti, Pescara e Teramo.

Quote di mercato delle Parti nelle isocrone

ISOCRONA	CONAD ADRIATICO	IPER MONTEBELLO	QUOTA CONGIUNTA

[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.]*

MACERATA	0%	*[40-50]%*	***[40-50]%***
CHIETI	0%	*[55-60]%*	***[55-60]%***
PESCARA	*[5-10]%*	*[20-25]%*	***[30-35]%***
TERAMO	*[5-10]%*	*[30-35]%*	***[35-40]%***

Fonte: Conad Adriatico. **Elaborazione**: AGCM

14. In primo luogo si rileva che nei mercati rilevanti delle isocrone costruite intorno ai punti vendita di Macerata e Chieti, CONAD ADRIATICO non è presente. L'operazione di concentrazione, pertanto, non produce effetti di sovrapposizione orizzontale, determinando la mera sostituzione di un operatore con un altro.
15. Per quanto concerne il mercato rilevante dell'isocrona di Pescara, ad esito dell'operazione, CONAD ADRIATICO diventerà il primo operatore, con una quota di mercato pari a circa il *[30-35*]%, a fronte della presenza di operatori di grande rilievo quali COOP, con una quota del *[20-25*]%, e AUCHAN con una quota del *[10-15*]%, presenti con ipermercati di ampiezza superiore ai 7.000 metri quadri.
16. Infine, relativamente al mercato rilevante dell'isocrona di Teramo, le Parti, a seguito della concentrazione, deterranno una quota di mercato pari a circa il *[35-40*]%, con il principale concorrente, COOP, con una quota di mercato pari a circa il *[30-35*]%, seguito da AUCHAN con il *[10-15*]%.
17. Pur a fronte di un rafforzamento di rilievo di CONAD ADRIATICO nelle due isocrone di Pescara e Teramo, vale evidenziare che in entrambi i casi il principale concorrente, con una quota di tutto rilievo, è COOP, primario operatore a livello nazionale nel settore della GDO e storicamente il più stretto *competitor* di CONAD. Anche gli altri concorrenti, comunque presenti con quote consistenti, appaiono in grado di esercitare una rilevante concorrenza attuale e potenziale, posto che rappresentano qualificati operatori attivi sull'intero territorio nazionale.
18. In conclusione, anche relativamente alle isocrone costruite intorno ai punti vendita Iper Montebello di Pescara e Teramo, l'operazione non appare alterare in maniera sostanziale il livello della concorrenza esistente.

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