Provvedimento n. 8512 **(C3960) CE.DI.PUGLIA/CE.DIS.-STANDA COMMERCIALE**

L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 luglio 2000;

SENTITO il Relatore Professor Marco D'Alberti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società CO.MART. Srl, pervenuto in data 19 aprile 2000;

VISTE la propria richiesta di informazioni integrative, inviata alla società CO.MART. Srl in data 16 maggio 2000, e la lettera di risposta pervenuta in data 7 giugno 2000;

VISTA la propria delibera del 22 giugno 2000, con la quale ha avviato l'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16 della legge n. 287/90 nei confronti di CE.DI. PUGLIA consorzio a r.l., e delle società CO.MART Srl, SIL.MART Srl, CE.DIS. Srl, STANDA COMMERCIALE Spa;

VISTO l'ulteriore atto pervenuto in data 14 luglio 2000, da parte di CO.MART. Srl;

VISTI gli atti acquisiti nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

I. Le parti

1. CE.DI. PUGLIA consorzio a r.l., con sede in provincia di Bari, è un consorzio di dettaglianti, attivo nella distribuzione di beni alimentari e per l'igiene personale e della casa in Puglia, Basilicata e Calabria.

CE.DI. PUGLIA opera prevalentemente nella distribuzione all'ingrosso, curando l'approvvigionamento di tutte le merci rivendute dai propri associati; esso, inoltre, fornisce ai propri associati servizi di marketing e pubblicità e altri servizi di interesse comune. Il consorzio ha una presenza diretta marginale nella distribuzione al dettaglio, costituita da pochi punti vendita di proprietà di società da esso controllate, ovvero da queste ultime gestiti in forza di rapporti di affitto d'azienda.

I punti vendita gestiti direttamente da CE.DI. PUGLIA e dagli imprenditori associati al consorzio sono presenti nella distribuzione moderna al dettaglio attraverso le insegne *Conad* (supermercati) e *Margherita* (*superette*), di proprietà del Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD Scrl, al quale CE.DI. PUGLIA aderisce. CE.DI. PUGLIA fruisce inoltre di alcuni servizi commerciali e di marketing che CONAD svolge per i propri soci, tra i quali spicca la funzione di centrale d'acquisto.

Il fatturato realizzato da CE.DI. PUGLIA, nel 1999, è stato di circa 558 miliardi di lire.

2. STANDA COMMERCIALE Spa, con sede a Basiglio (MI), è la società a capo dell'omonimo gruppo attivo nella grande distribuzione al dettaglio di beni alimentari e non alimentari attraverso numerosi punti vendita, siti in diverse regioni italiane. Detti punti vendita sono gestiti, sia direttamente che in *franchising*, con l'insegna *Standa.*

STANDA COMMERCIALE è indirettamente controllata, mediante una società finanziaria, da alcune persone fisiche.

Il fatturato consolidato realizzato da STANDA COMMERCIALE, nel 1999, è stato di circa 1.600 miliardi di lire.

3. CE.DIS. Srl, con sede a Galatina (LE), è una società attiva nel settore della distribuzione all'ingrosso e al dettaglio di generi alimentari e di beni di largo e generale consumo, indirettamente controllata, attraverso la società Atlanta Market Srl, da STANDA COMMERCIALE.

CE.DIS. gestisce una rete di punti vendita al dettaglio composta da 18 esercizi commerciali gestiti direttamente e da 11 esercizi commerciali affiliati. Tali punti vendita, siti nelle provincie di Brindisi, Lecce e Taranto, vengono gestiti con le insegne *Gum* (utilizzata per i punti vendita gestiti direttamente e per gli esercizi affiliati di superficie superiore a 400 mq.) e *Girasole - Gruppo Gum* (utilizzata per gli esercizi affilati di dimensione inferiore a 400 mq.), le quali sono di proprietà di CE.DIS..

CE.DIS. è inoltre titolare, attraverso una propria controllata, di 7 licenze relative ad altrettanti esercizi commerciali per la distribuzione al dettaglio di generi alimentari e di largo consumo. Detti esercizi, siti nelle provincie di Lecce e Brindisi, sono gestiti, con insegna *Gum*, da terzi, in forza di contratti di affitto d'azienda di durata pari ad un anno, automaticamente rinnovabili.

CE.DIS. provvede agli approvvigionamenti di tutti i punti vendita suddetti, nonché di diversi altri esercizi commerciali del dettaglio despecializzato, i quali utilizzano l'insegna *Girasole - Gruppo Gum* sulla base di una concessione d'uso di fatto.

CE.DIS. controlla la società Marketing Sud, con sede a Catania, la quale opera nella moderna distribuzione al dettaglio mediante una rete costituita da 23 punti vendita, siti in Sicilia e gestiti direttamente con l'insegna *Punto Convenienza*, di proprietà della stessa Marketing Sud.

Il fatturato realizzato da CE.DIS., nel 1999, è stato di circa 350 miliardi di lire.

II. Descrizione dell'operazione

4. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di CE.DI. PUGLIA, attraverso le sue controllate CO.MART Srl e SIL.MART Srl:

(i) dell'intero capitale sociale della società CE.DIS.;

(ii) di un ramo d'azienda, attualmente di proprietà di STANDA COMMERCIALE, costituito da undici supermercati e un ipermercato.

5. L'acquisizione dell'intero capitale di CE.DIS. comporterà il trasferimento, in capo a CE.DI. PUGLIA, degli esercizi commerciali gestiti direttamente dalla stessa CE.DIS. e dalla sua controllata MARKETING SUD, dei contratti di affiliazione e di affitto d'azienda di cui è titolare CE.DIS., nonché dei marchi *Gum*, *Girasole - Gruppo Gum* e *Punto Convenienza*, i quali, secondo quanto affermato dalle Parti, continueranno ad essere impiegati per le reti di punti vendita che fanno capo alle suddette società.

III. Gli impegni assunti dall'impresa acquirente

6. Con l'atto pervenuto in data 14 luglio 2000, CO.MART. Srl ha presentato un testo di impegni al fine di trovare una soluzione alle obiezioni sollevate dall'Autorità nel provvedimento di avvio dell'istruttoria in merito all'impatto concorrenziale dell'operazione notificata. In particolare, CO.MART. Srl si impegna a cedere, entro il termine di [*omissis*]* dalla notifica del presente provvedimento, [*omissis*] dei punti vendita *Gum* che acquisisce da CE.DIS. e, segnatamente, [*omissis*]. Detti punti vendita hanno fatturato, nel 1999 [*omissis*].

7. CO.MART. Srl si impegna altresì a comunicare tempestivamente all'Autorità l'avvenuta cessione dei punti vendita sopra individuati, specificando l'identità dell'acquirente, il quale dovrà essere dotato di risorse finanziarie e gestionali che lo rendano un concorrente effettivo sui mercati interessati dall'operazione di concentrazione oggetto del presente provvedimento.

---

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

IV. Qualificazione dell'operazione

8. L'operazione, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa e di parti di 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 CEE n. 4064/89, così come modificato dal Regolamento CE n. 1310/97, 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 a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 714 miliardi di lire.

V. I mercati interessati

9. Il settore interessato dall'operazione comunicata è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e beni di largo e generale consumo.

Tale settore si distingue dal dettaglio tradizionale sulla base sia della numerosità e tipologia dei prodotti venduti sia della modalità di servizio reso ai clienti, alla quale è generalmente associata una diversa dimensione dei punti vendita.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano in base a caratteristiche quali la dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità nel caso *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*[1] , la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati ai segmenti dimensionali immediatamente contigui. Tra le diverse categorie dimensionali vi è infatti una catena di sostituibilità che va dagli ipermercati alle *superette*, con relazioni maggiormente significative tra segmenti contigui e pressoché trascurabili agli estremi della catena.

Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare a ciascuna di esse i segmenti immediatamente contigui.

Nel caso in esame, considerato che l'operazione comporterà il trasferimento, in capo a CE.DI. PUGLIA di punti vendita di varie dimensioni, i mercati del prodotto interessati risultano essere i seguenti: (i) il mercato degli ipermercati, composto da questi ultimi e dai supermercati di dimensione superiore ai 1.500 mq.; (ii) il mercato dei supermercati, composto da *superette*, supermercati ed ipermercati; (iii) il mercato delle *superette*, composto da queste ultime e dai punti vendita di dimensione inferiore a 1.500 mq..

10. Dal punto di vista geografico, i mercati della distribuzione al dettaglio hanno dimensione locale, in considerazione soprattutto 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, corrispondente al massimo con i confini amministrativi provinciali, deve 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.

In particolare, per quanto riguarda gli ipermercati, considerata l'ampiezza del bacino di utenza dei singoli punti vendita, che risulta alquanto vasta in ragione della gamma di prodotti e servizi offerti da tale formula distributiva, nonché la relativa sovrapposizione tra gli ambiti di attrazione dei diversi punti vendita, appare potersi sostenere che il mercato geografico rilevante si estende quanto meno all'intero territorio provinciale.

Con riferimento ai supermercati ed alle superette, invece, appare opportuno considerare mercati geografici di dimensioni più ridotte, definiti sulla base della capacità di spostamento dei consumatori, tenuto conto della conformazione del territorio e della configurazione dei collegamenti stradali.

11. Nel caso in esame, i punti vendita oggetto di acquisizione sono siti nelle provincie di Taranto, Catanzaro, Reggio Calabria, Cosenza, Catania, Messina, Ragusa, Agrigento, Palermo, Trapani, Lecce e Brindisi. Tuttavia, considerato che l'operazione è suscettibile di produrre effetti pregiudizievoli della concorrenza soltanto nelle provincie di Lecce e Brindisi, i mercati geografici rilevanti ai fini della valutazione della presente operazione sono costituiti da appropriate porzioni dei territori delle ultime due provincie.

---

[1] *SCHEMAVENTUNO-PROMODES/GRUPPO GS, Provv. n. 6113 del 18 giugno 1998 in Boll. n. 25/98.*

12. Pertanto, i mercati oggetto di valutazione nella presente operazione sono i seguenti:
- mercato degli ipermercati in provincia di Lecce;
- mercato dei supermercati e mercato delle *superette* nel comune di Lecce;
- mercato dei supermercati e mercato delle *superette* nel comune di Brindisi;
- mercato dei supermercati e mercato delle *superette* nella parte meridionale della provincia di Lecce;
- mercato dei supermercati e mercato delle *superette* nella parte settentrionale della provincia di Brindisi;
- mercato dei supermercati e mercato delle *superette* nell'ambito territoriale compreso tra il comune di Lecce e quello di Brindisi.

VI. La normativa di settore

13. In ottemperanza all'obbligo di cui all'articolo 6 del Decreto Legislativo 31 marzo 1998, n. 114, la Regione Puglia ha adottato la legge regionale 4 agosto 1999, n. 24 "*Principi e direttive per l'esercizio delle competenze regionali in materia di commercio*", finalizzata principalmente a individuare gli indirizzi di programmazione commerciale ed urbanistica della rete distributiva commerciale, nonché gli interventi volti alla qualificazione e allo sviluppo del commercio.

In particolare, la legge prevede l'adozione di una serie di misure al fine di consentire un uso razionale e programmato del territorio, di evitare successive concentrazioni di esercizi di vendita in talune aree di maggiore densità abitativa e di garantire un'adeguata copertura del servizio distributivo sull'intero territorio regionale, favorendone l'equilibrato sviluppo anche nei centri storici, nelle aree urbane periferiche e in quelle agricole.

14. Sulla base di tali finalità, la legge regionale in questione prevede alcuni limiti al rilascio delle autorizzazioni amministrative per l'insediamento di nuove strutture di vendita di grandi dimensioni (c.d. strutture di vendita superiori), in singole aree locali, "*sulla base di un rapporto equilibrato con la popolazione residente*" (articolo 1, comma 8, lettera *c*), punto 2)). In questo contesto, l'articolo 4 della medesima legge prevede l'applicazione di limiti dimensionali degli esercizi commerciali situati nei singoli Comuni, in ragione della classificazione dei Comuni stessi effettuata sulla base della popolazione residente.

Inoltre, la legge stabilisce il principio secondo il quale occorre "*dare priorità agli ampliamenti delle grandi strutture di vendita esistenti rispetto alle richieste di nuovi insediamenti*" (articolo 1, comma 8, lettera *c*), punto 3)).

Infatti, in caso di domande concorrenti per l'apertura di una media o di una grande struttura di vendita, sono stabiliti criteri di priorità per l'esame delle domande, rappresentati, nell'ordine, dalle ipotesi di: concentrazione di preesistenti esercizi di vicinato e medie strutture di vendita in attività da almeno un anno (purché rispondano a date condizioni); ampliamento; trasferimento; nuova apertura di esercizio nel settore non alimentare da un soggetto che abbia frequentato un corso di formazione professionale in materia; nuova apertura (articolo 6, comma 1, lettera *a*), *b*), *c*), *d*), *e*)).

Infine, un ulteriore limite al rilascio dell'autorizzazione amministrativa per l'apertura, il trasferimento e l'ampliamento delle medie e grandi strutture di vendita è costituito dalla necessaria "*conformità agli strumenti di pianificazione territoriale, paesistica ed urbanistica e previa verifica delle condizioni di compatibilità e delle dotazioni di standards urbanistici in relazione alla tipologia dell'esercizio insediato*" (articolo 13, comma 3).

VII. Gli effetti dell'operazione

15. Nelle provincie di Lecce e Brindisi, CE.DI. PUGLIA, per effetto dell'operazione in oggetto, acquisirà il controllo di 36 punti vendita (di cui 3 ipermercati, 24 supermercati e 9 *superette*) gestiti, direttamente o indirettamente, da CE.DIS., la quale, a seguito dell'operazione medesima, non sarà più presente nei mercati della distribuzione moderna delle suddette provincie.

16. Nel mercato degli ipermercati della provincia di Lecce CE.DIS. è il primo operatore, attivo mediante due ipermercati (di superficie pari, rispettivamente, a 4.250 mq e a 2.800 mq.) e tre supermercati (di superficie pari, rispettivamente, a 2.430 mq, a 2.390 mq. e a 1.450 mq.), tutti gestiti direttamente, ai quali può essere attribuita una quota pari al 55%, calcolata sulla base dei dati relativi ai fatturati 1999, forniti dalle Parti. CE.DI. PUGLIA è invece presente mediante due supermercati, entrambi di dimensioni pari a circa, 1.500 mq.

di superficie, gestiti da imprenditori associati al consorzio. A tali punti vendita può essere attribuita una quota pari a circa il 5,7%.

Tra i concorrenti, si segnala la presenza di Coop Estense, consorziata a Coop Italia, che gestisce un ipermercato di 8.000 mq. di superficie, al quale può essere attribuita una quota pari a circa il 39%. Inoltre, recentemente è stato inaugurato un nuovo supermercato, Ipersidis, di proprietà di un operatore locale associato ad Interdis, al quale al momento non è possibile attribuire con precisione una quota di mercato. Infine, è prevista per i primi mesi del 2001 l'apertura di un nuovo centro commerciale nel cui ambito sarà presente un ipermercato Carrefour-GS di circa 7.000 mq. di superficie[2] .

17. Per effetto dell'operazione, come originariamente notificata, CE.DI PUGLIA avrebbe acquisito una quota di mercato pari al 60,7%, suscettibile di costituire una posizione dominante, anche in ragione delle barriera all'entrata di natura amministrativa poste dal contesto normativo di riferimento sopra descritto.

18. Tuttavia, rileva considerare che ai [*omissis*] punti vendita che CO.MART. Srl si è impegnata a cedere è possibile attribuire una quota complessiva pari a circa il [*15% - 20%*] ; pertanto, a seguito della attuazione degli impegni assunti nei confronti dell'Autorità, il nuovo operatore deterrà, nel mercato degli ipermercati della provincia di Lecce, una quota pari al [*40% - 45%*].

Tale quota, sebbene significativa, risulta di oltre 10 punti percentuali inferiore a quella detenuta precedentemente da CE.DIS.. Essa non appare peraltro idonea a costituire una posizione dominante in capo a CE.DI PUGLIA considerata, in particolare, la presenza di un qualificato concorrente (Coop), che detiene una quota di mercato confrontabile, nonché l'ingresso sul mercato di un nuovo operatore associato a Interdis e quello imminente del Gruppo Carrefour-GS.

19. Nei mercati dei supermercati e delle superette, l'operazione consentirebbe a CE.DI. PUGLIA di acquisire, in ciascuno degli ambiti geografici interessati (area del comune di Lecce, area del comune di Brindisi, area a nord del comune di Brindisi, area compresa tra il comune di Brindisi e il comune di Lecce, area a sud del comune di Lecce), la posizione di *leadership*, ovvero di rafforzare quella già detenuta, raggiungendo quote di mercato comprese tra il 37% ed il 47% (calcolate sulla base di dati di fonte Nielsen - secondo semestre 1999).

20. In particolare, nel comune di Lecce dove il nuovo operatore raggiungerà una quota pari al 41%, il suddetto effetto strutturale è in larga misura prodotto dall'acquisizione di CE.DIS., che gestisce una rete distributiva radicata nel territorio e detiene quote di mercato significative, mentre CE.DI PUGLIA detiene quote inferiori al 10%.

Per quanto concerne il comune di Brindisi, la rete distributiva che fa capo a CE.DI. PUGLIA detiene già attualmente una quota pari a circa il 36%, la quale verrebbe ulteriormente rafforzata per effetto dell'operazione in esame, raggiungendo il 44%.

CE.DI. PUGLIA detiene inoltre una quota pari a circa il 47% nell'area Nord della provincia di Brindisi, nella quale tuttavia la presente operazione non produrrà alcun effetto strutturale, considerato che in esso non sono presenti punti vendita di CE.DIS..

Nell'ambito geografico rappresentato dalla porzione di territorio compreso tra i due comuni capoluogo delle provincie in esame, le reti distributive *Conad* e *Gum* detengono una posizione di mercato simile, ciascuna con una quota pari a circa il 19 - 20% che, a seguito dell'operazione, attribuirebbero a CE.DI. PUGLIA una quota complessiva pari a circa il 39%.

Infine, nell'area a Sud di Lecce, nella quale sono localizzati i [*omissis*] punti vendita oggetto degli impegni, il nuovo operatore, a seguito dell'attuazione dei suddetti impegni, raggiungerà una quota di mercato pari a circa il 37,3%.

21. Al riguardo, si osserva come nei suddetti mercati si registri la presenza di concorrenti che dispongono di reti distributive radicate sul territorio, con quote di mercato di rilievo.

Inoltre, le quote che CE.DI PUGLIA verrà a detenere, sebbene significative, vanno valutate alla luce della pressione competitiva che i supermercati, per effetto della asimmetria nelle relazioni di sostituibilità tra punti vendita di classe dimensionale differente, subiscono dai punti vendita di dimensione superiore appartenenti al mercato degli ipermercati, nel quale, considerata la presenza e l'imminente ingresso di qualificati concorrenti - Coop, Interdis e Carrefour-GS - la struttura competitiva appare maggiormente dinamica.

---

[2] *Cfr. C3940 GS/Iper Salento deliberata dall'Autorità in data 20 aprile 2000.*

VIII. Valutazioni conclusive

22. In sintesi, benché l'operazione come originariamente notificata fosse suscettibile di produrre effetti pregiudizievoli della concorrenza, in particolare nel mercato degli ipermercati della provincia di Lecce, gli impegni assunti da CO.MART. Srl nei confronti dell'Autorità, relativi alla cessione di [*omissis*], di cui ai paragrafi 6 e 7 del presente provvedimento, appaiono idonei a garantire che l'operazione in esame non comporti la costituzione, in capo a CE.DI PUGLIA, di una posizione dominante tale da determinare effetti restrittivi sostanziali e durevoli sulla concorrenza nei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che, sulla base degli impegni assunti da CO.MART. Srl l'operazione non conduce, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, alla costituzione o al rafforzamento di una posizione dominante tale da ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di autorizzare, ai sensi dell'articolo 6, comma 2, l'operazione di concentrazione comunicata, prescrivendo il pieno rispetto degli impegni assunti, con la comunicazione del 14 luglio 2000, dall'impresa acquirente nei confronti dell'Autorità, relativi alla cessione dei seguenti punti vendita:

- [*omissis*].

La cessione dovrà essere effettuata entro [*omissis*] dalla notificazione del presente provvedimento e tempestivamente comunicata all'Autorità.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 8, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e successivamente pubblicato ai sensi di legge.

Avverso il presente provvedimento può essere proposto 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.

p.IL SEGRETARIO GENERALE
Piero Fattori

IL PRESIDENTE
Giuseppe Tesauro

* * *