C12343 - PARMAREGGIO/RAMO DI AZIENDA DI AGRIFORM
Provvedimento n. 28535

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 2 febbraio 2020;

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 della società Parmareggio S.p.A. pervenuta in data 1° dicembre 2020;

VISTA la richiesta di informazioni, con relativa interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. n. 217/98, inviata alla società Parmareggio S.p.A. in data 28 dicembre 2020;

VISTA la risposta alla predetta richiesta di informazioni, inviata dalla società Parmareggio S.p.A. e pervenuta in data 7 gennaio 2021;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Parmareggio S.p.A. (di seguito Parmareggio) è una società attiva nel settore della commercializzazione di formaggi duri, panna e burro, sia acquisiti sul mercato sia lavorati e confezionati direttamente, ovvero provenienti da cooperative del proprio gruppo di appartenenza. Parmareggio è uno dei marchi *leader* in Italia nel settore del parmigiano reggiano. La società è controllata in modo esclusivo dalla società Bonterre S.p.A. (di seguito Bonterre), a sua volta controllata, congiuntamente, dalla società Unibon S.p.A. e dal Consorzio Granterre Caseifici e Allevamenti S.C.A.[1] (di seguito Consorzio Granterre). Il Consorzio Granterre riceve in conferimento dai propri soci prodotti lattiero caseari che vengono ulteriormente trasformati e/o commercializzati tramite Parmareggio. La società Bonterre controlla altresì la Grandi Salumifici Italiani S.p.A., attiva nel settore dei salumi e delle carni. Il fatturato consolidato realizzato in Italia dal gruppo Bonterre, nel 2019, è stato pari a circa *[700-1.000]** milioni di euro.

2. Agriform S.C.A. (di seguito Agriform) è una società cooperativa che produce e commercializza formaggi di qualità tipici del Veneto e di altre regioni italiane, tra i quali, in particolare, il grana padano, che rappresenta oltre il 60% del fatturato aziendale. Tra i soci di Agriform vi è anche il Consorzio Granterre. Agriform detiene una partecipazione del 50% nella società Casearia Fanticini S.r.l., attualmente in liquidazione, anch'essa attiva, sino al 2019, nella produzione e commercializzazione di parmigiano reggiano. Il fatturato realizzato da Agriform nel 2019 è stato pari a circa 177,5 milioni di euro.

3. Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda di Agriform costituito dall'intero complesso aziendale relativo alla produzione, stagionatura e confezionamento di formaggi, comprensivo degli stabilimenti produttivi. Il fatturato di tale ramo d'azienda, dal cui perimetro risulta esclusa la partecipazione nella Casearia Fanticini, è stato pari, nel 2019, a circa *[100-504]* milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo, da parte di Parmareggio, del ramo d'azienda di Agriform sopra descritto. In particolare, essa si realizzerà mediante il conferimento del ramo di azienda di Agriform in Parmareggio, della quale verrà contestualmente deliberato un aumento del capitale sociale che sarà sottoscritto, per una quota pari al 30%, dalla stessa Agriform. Al termine dell'operazione, pertanto, il 70% del capitale sociale di Parmareggio sarà detenuto da Bonterre e il 30% da Agriform. La società Agriform continuerà ad operare, all'esito della concentrazione, come cooperativa a mutualità pura, limitandosi ad acquisire i prodotti caseari dai propri soci e a conferirli a Parmareggio.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90, in quanto comporta l'acquisizione di parte di un'impresa. Essa è soggetta all'obbligo di comunicazione

---

[1] *[Tali società detengono, rispettivamente, il 54% e il 46% del capitale sociale della società Bonterre. Partecipazioni che, sulla base di quanto riportato nel provvedimento dell'Autorità C12202 - UNIBON-CONSORZIO GRANTERRE CASEIFICI E ALLEVAMENTI/NEWCO (provv. n. 27452 del 6 dicembre 2018), conferiscono al Consorzio Granterre e alla società Unibon un controllo congiunto su Bonterre.]*

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

preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 504 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1 I mercati interessati

6. Il settore principalmente interessato dalla presente operazione è quello della produzione e commercializzazione di prodotti lattiero-caseari, con particolare riferimento al comparto dei formaggi duri tipo grana.
7. Sulla base dei precedenti nazionali e comunitari, il comparto dei formaggi duri tipo grana - al cui interno ricadono sia il parmigiano reggiano sia il grana padano - individua un mercato a sé stante rispetto ad altre tipologie di formaggi e prodotti lattiero-caseari[2].
8. All'interno di questo mercato, sulla base dei più recenti orientamenti comunitari[3], potrebbero essere prese in considerazione ulteriori distinzioni, quali: *i)* i prodotti commercializzati mediante il canale OOH (consumo fuori casa in *catering*, hotel, ecc.) e quelli distribuiti mediante il canale cd. "*retail*"; *ii)* i prodotti DOP e quelli privi di marchio di qualità; *iii)* nell'ambito del canale *retail*, i prodotti a marchio del distributore (*private label*) e i prodotti venduti dai produttori con marchio proprio; *iv)* infine, i formaggi duri tipo grana possono essere distinti sulla base della tipologia di confezione con cui vengono messi in vendita (forme intere, grattugiato, porzionato).
9. Nella presente fattispecie, una più precisa definizione del mercato dei formaggi a pasta dura tipo grana non appare necessaria, in quanto, in qualsiasi ipotesi di segmentazione utilizzata, la valutazione dell'operazione non si modificherebbe.
10. Dal punto di vista geografico, il mercato dei formaggi duro tipo grana presenta un'estensione nazionale, in ragione della specificità delle abitudini dei consumatori e delle differenze di prezzo e delle condizioni concorrenziali rilevabili nei diversi Paesi.

IV.2 Gli effetti dell'operazione

11. Nel mercato rilevante che comprende parmigiano reggiano, grana padano, altri formaggi tipici e altri formaggi duri non di marca (compresi eventuali formaggi esteri di imitazione), Parmareggio detiene una quota nazionale pari al *[5-10%]*, che si incrementerebbe, ad esito dell'operazione, del *[1-5%]* attualmente detenuto da Agriform. La sovrapposizione orizzontale dovuta al *merger* è dunque inferiore al 15%.
12. L'operazione non solleva preoccupazioni nemmeno nei due distinti segmenti del parmigiano reggiano e del grana padano dal momento che, come già detto, Parmareggio opera soprattutto nella produzione del primo (con una quota di circa il *[15-20%]*) e Agriform in forma assolutamente prevalente nella produzione del secondo (con una quota di circa il *[5-10%]*). Le sovrapposizioni orizzontali determinate dell'operazione nei due segmenti sono di portata del tutto marginale.
13. Inoltre, l'operazione non appare idonea a determinare criticità concorrenziali anche tenendo in considerazione la circostanza per cui il grana padano può essere, in una prospettiva di differenziazione del prodotto, il sostituto più stretto e, dunque, il principale concorrente del parmigiano reggiano. Ciò in quanto il nuovo operatore controllerebbe il *[20-25%]* dell'offerta complessiva di parmigiano e grana, in concorrenza con numerosi e qualificati concorrenti tra i quali Biraghi, Ferrari, Trentingrana, Ambrosi, Lactalis, Ferrarini e altri.
14. Ove, inoltre, si volesse suddividere il settore dei formaggi duri tipo grana sulla base del canale distributivo - e cioè considerando come mercati rilevanti a sé stati il canale OOH (consumo fuori casa) e il canale *retail* (acquisti presso la GDO e gli altri punti vendita al dettaglio) - si rileva che le quote dei due operatori risultano del tutto trascurabili nel canale OOH (*[1-5%]* Parmareggio e *[inferiore a 1%]* Agriform) e più significative nel canale *retail*. In tale canale, considerando unitariamente tutti i prodotti del comparto dei formaggi duri tipo grana, la quota detenuta da Parmareggio è pari al *[5-10%]*, mentre quella di Agriform è pari a circa il *[1-5%]*. La quota congiunta delle Parti si mantiene al di sotto del 15% anche se calcolata nei singoli segmenti rappresentati dai diversi formati di vendita (forme intere, porzionati, grattugiati).
15. Volendo infine valutare l'impatto dell'operazione nel segmento distinto della produzione di formaggi duri tipo grana per le *private label* (nel quale le imprese produttrici opererebbero dal lato dell'offerta e la GDO dal lato della domanda), si osserva che Parmareggio deterrebbe il *[25-30%]* e Agriform il *[1-5%]*, consentendo al nuovo operatore di raggiungere una quota comunque inferiore al *[30-35%]*.
16. Vale peraltro osservare che, nella produzione di *private label* per conto della GDO, diversi fattori appaiono in grado di attenuare la possibilità, anche per un *leader* di mercato, di esercitare un significativo potere di mercato. Infatti: *i)* esiste una forte contendibilità delle forniture alla GDO per tutti i produttori di parmigiano reggiano che, anche se già

---

[2] *[Cfr., tra gli altri: M 4135 - Lactalis/Galbani, Dec. del 24 aprile 2006; C11978 – Nuova Castelli/Dante Bigi, provv. 25267 del 13 gennaio 2015; C11669 - Granarolo/ramo d'azienda di Ferruccio Podda, provv. 23720 del 4 luglio 2012; C7855 – Virgilio/Euroformaggi, provv. n. 15791 dell'8 agosto 2006.]*

[3] *[Cfr. tra gli altri: M.9413 – Lactalis / Nuova Castelli, M.6242 – Lactalis/Parmalat; M.4135 -Lactalis/Galbani, cit.]*

attivi con un proprio marchio, possono facilmente e rapidamente adattare parte della propria offerta agli *standard* richiesti dai capitolati d'appalto della GDO; *ii)* la considerevole forza commerciale e contrattuale dei committenti rappresenta, soprattutto in presenza di concrete alternative di fornitura, un importante elemento di disciplina delle condotte dei fornitori, i quali difficilmente possono adottare autonome politiche commerciali e di prezzo.

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
Roberto Rustichelli