C11979 - PARMALAT/RAMO DI AZIENDA DI CONSORZIO COOPERATIVO LATTERIE FRIULANE
Provvedimento n. 25290

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 21 gennaio 2015;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Parmalat S.p.A., pervenuta in data 30 dicembre 2014;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Parmalat S.p.A. (di seguito, Parmalat) è la società a cui fa capo un gruppo alimentare italiano con forte presenza multinazionale, che opera nel settore della produzione, lavorazione, commercializzazione e distribuzione di prodotti lattiero-caseari.
Parmalat è soggetta al controllo esclusivo di B.S.A. S.A., società di diritto francese, appartenente al gruppo agro-alimentare Lactalis[1].
Il fatturato di Parmalat, nel 2013, è stato pari a 856,8 milioni di euro, di cui 848,3 milioni di euro realizzati in Italia.

Oggetto di acquisizione è il ramo d'azienda del Consorzio Cooperativo Latterie Friulane S.c.a. (di seguito, CCLF) avente ad oggetto l'attività di produzione, commercializzazione e distribuzione di prodotti lattiero caseari. In particolare, CCLF produce e commercializza latte fresco e UHT, yogurt, formaggio "Montasio", mozzarella e ricotta, attraverso i marchi: Latterie Friulane, Latte Carnia, SILP, San Giusto, Castello e Cometa. Le sedi produttive sono localizzate a: Campoformido (UD), Ponte Crepaldo (VE), San Martino (PN) e Monfalcone (GO).
Nel 2013, CCLF ha realizzato un fatturato pari a 59,6 milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Parmalat, del controllo esclusivo del ramo di azienda di CCLF costituito dallo stabilimento e dalla sede di Campoformido, nonché dagli immobili di Ponte Crepaldo, San Martino e Monfalcone con i contratti in essere e il personale attualmente dipendente.
Omissis[2]

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di parte 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 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 a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 489 milioni di euro e il fatturato realizzato dall'impresa oggetto di acquisizione è stato superiore a 49 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Mercati rilevanti

Il ramo d'azienda oggetto di acquisizione opera nella produzione e commercializzazione di latte fresco e UHT, yogurt, formaggio "Montasio", mozzarella e ricotta, attraverso vari marchi, con attività localizzate essenzialmente nel territorio del Triveneto (Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia). Parmalat, a sua volta, commercializza alcuni marchi relativi ai medesimi mercati del prodotto, quali Lactis (BG), Carnini (CO), Torvis (UD), Centrale del Latte di Roma (RM), Solac (FR), Berna (NA), Sole (Sicilia).

Per quanto concerne il latte fresco, la tradizionale prassi nazionale[3], secondo la quale il mercato geografico è da ritenersi di dimensione regionale o macro-regionale, in ragione delle limitate distanze entro le quali il prodotto può essere trasportato (rispettando i tempi di scadenza e le modalità della catena del freddo), è stata via via superata con l'introduzione di nuove tecniche di conservazione (microfiltrazione o altopastorizzazione) che consentono

[1] *[M.6242 Lactalis/Parmalat, del 14 giugno 2011, pubblicata in G.I.C.E. del 12 luglio 2011.]*

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

[3] *[Da ultimo, C/6493 Granarolo/Rami d'Azienda, del 1.6.2004, in Boll. 23/2004.]*

un'estensione della scadenza a 15-20 giorni (cosiddetto *extended shelf life*)[4]. In tal senso, con l'introduzione del decreto ministeriale del 24 luglio 2003, è stata fissata la data di scadenza nel 6° giorno successivo a quello del trattamento termico, inoltre, lo stesso decreto ha fissato la data di scadenza del latte microfiltrato fresco pastorizzato al 10° giorno successivo a quello del trattamento termico. Tale evoluzione del quadro normativo di riferimento rappresenta un elemento che ha inciso certamente sulla definizione della dimensione geografica del mercato. Tuttavia, ai fini della valutazione dell'operazione in oggetto, non appare necessario giungere ad un'esatta definizione geografica del mercato rilevante in quanto, anche ove si accetti la definizione più restrittiva, relativa cioè ad ambiti territoriali circoscritti ai confini regionali, l'operazione non appare in grado di modificare in modo significativo la struttura concorrenziale dei mercati interessati.
Gli altri mercati interessati dalla presente operazione, ovvero il mercato del latte UHT, della panna UHT, del burro, dello yogurt, della besciamella e dei *dessert* a base di latte, sono tutti di dimensione nazionale, come da consolidata prassi.

Effetti dell'operazione

Per quanto concerne, in particolare, il latte fresco, nell'area del Triveneto, che è la sola ove opera CCLF, la quota di mercato attribuibile a Parmalat nel 2013 passerebbe dal 13% al 23% circa a seguito dell'operazione. Sul medesimo mercato macro-regionale del latte fresco sono inoltre presenti operatori di rilevanza nazionale, quali Granarolo (con una quota stimabile nel 2013 attorno al 14%), nonché vari marchi privati (la cui quota complessiva è stimata pari al 22% nel 2013). A livello nazionale la quota attribuibile a Parmalat (circa 22%) subirebbe, per effetto dell'operazione, un incremento inferiore all'1%. Sul mercato nazionale del latte fresco il principale operatore risulta essere Granarolo con una quota stimata attorno al 26%[5].
Nel mercato del latte UHT, dove Parmalat è presente con una quota del 33% a livello nazionale, l'operazione comporterà un incremento minimo; analogamente nel mercato dello yogurt, dove Parmalat detiene una quota in ambito nazionale pari a circa il 5%, l'operazione determinerà un incremento inferiore allo 0,1%.
Nei mercati della panna fresca, della panna UHT, del burro, della besciamella, dei *dessert* a base di latte e dei formaggi tipici, le sovrapposizioni tra le attività delle parti risultano irrilevanti.
Omissis.
Pertanto, l'operazione non è idonea a modificare l'assetto concorrenziale dei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei 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
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

[4] *[Tra gli altri anche la decisione della Commissione sulla concentrazione M.6242 Lactalis/Parmalat, cit..]*
[5] *[Stime delle quote fornite dalle parti sulla base di dati Nielsen sell out 2014.]*