C11920 - LILLO/LOMBARDINI DISCOUNT
Provvedimento n. 24532

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 settembre 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società LILLO S.p.A., pervenuta in data 8 agosto 2013;

VISTA la propria richiesta di informazioni, trasmessa in data 4 settembre 2013, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. n. 217/98;

VISTA la risposta alla predetta richiesta di informazioni pervenuta in data 9 settembre 2013;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

LILLO S.p.A. (di seguito Lillo), con sede legale in Gricignano di Aversa (CE), è una società controllata da tre persone fisiche, attiva nel settore della distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari e di largo consumo. La società opera, prevalentemente nel Centro e nel Sud Italia, attraverso una rete di punti vendita gestiti con la formula *discount* e contraddistinti dall'insegna di proprietà "*MD Discount*". Tale rete risulta composta da 237 punti vendita diretti e 130 punti vendita affiliati.
Il fatturato realizzato nel 2012 da Lillo è stato pari a 924 milioni di euro, quasi interamente realizzati in Italia.

LOMBARDINI DISCOUNT S.p.A. (di seguito Lombardini Discount) con sede legale in Dalmine (BG), fa parte del Gruppo Lombardini, attivo prevalentemente nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e di largo consumo. La Lombardini Discount, in particolare, gestisce i punti vendita del gruppo attivi, con l'insegna "*LD Market*", nel canale *discount.* La società opera in numerose regioni del Nord Italia e in Sardegna, attraverso una rete composta da 237 punti vendita diretti e 84 punti vendita affiliati.
La Lombardini Discount è controllata interamente dalla Lombardini Holding S.p.A., società appartenente all'omonimo gruppo, il quale ha realizzato, nel 2012, un fatturato di circa 778 milioni di euro a livello nazionale. La Lombardini Holding è a sua volta controllata, indirettamente, dalla società Unione Fiduciaria S.p.A., che fa capo ad una persona fisica.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Lillo, del controllo esclusivo di una società veicolo appositamente costituita (NEWCO), nella quale Lombardini Discount conferirà l'intero complesso aziendale relativo alla gestione della rete di *discount*, comprensivo dei 321 punti vendita diretti e affiliati e del relativo marchio. Si tratta di esercizi commerciali di superficie compresa tra 180 mq e 1.198 mq.
In particolare, acquisendo il controllo della NEWCO, la Lillo subentrerà, in qualità di Concedente, nei contratti di affiliazione in essere della società Lombardini.
I punti vendita oggetto di acquisizione sono localizzati nelle seguenti regioni: Valle d'Aosta, Liguria, Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Sardegna.
Il contratto tra le Parti prevede altresì un patto di non concorrenza della durata di due anni, in base al quale Lombardini Discount e la controllante Lombardini Holding s'impegnano a non svolgere attività in concorrenza con quelle dell'acquirente. Il patto di non concorrenza è limitato al canale *discount* e alle province ove sono presenti i punti vendita ceduti.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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, - così come modificato dall'art. 5-bis, comma 2, lettera c), del D.L. 24 gennaio 2012 n. 1 convertito in legge 24 marzo 2012 n. 27 - in quanto, a livello nazionale e nell'ultimo esercizio disponibile, il fatturato totale realizzato dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 482 milioni di euro ed il fatturato realizzato dall'impresa oggetto di acquisizione è superiore a 48 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata, contenendo restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie[1].

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati del prodotto

L'operazione in esame interessa il settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari 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 di 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*[2], la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punti vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati ai segmenti dimensionali immediatamente contigui.

Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, pertanto, occorre partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistano forti relazioni di sostituibilità.

Con specifico riferimento al canale *discount,* nel quale opera la società oggetto di acquisizione, l'Autorità, in alcuni propri precedenti[3], ha ritenuto sussistente un'ampia catena di rapporti di sostituibilità, estesa dagli *hard discount* e i *soft discount* sino agli altri punti vendita della distribuzione moderna.

Tuttavia, più di recente[4], avendo verificato una tendenza degli operatori a separare la gestione dei *discount* da quella relativa agli altri formati di vendita, l'Autorità ha preferito lasciare aperta la definizione del mercato merceologico dei punti vendita *discount,* calcolando le quote di mercato delle Parti anche nell'ipotesi più restrittiva di esistenza di un mercato rilevante separato per il comparto *discount.* Tale ipotesi sembrerebbe peraltro avvalorata dalla natura stessa della presente operazione e dal contenuto del patto di non concorrenza ad essa connesso, circoscritto al solo canale *discount*.

Pertanto, considerato che l'operazione riguarda l'acquisizione di punti vendita della tipologia *discount,* aventi una dimensione non superiore ai 1.500 mq, gli effetti della concentrazione saranno valutati con particolare riferimento a: *i)* il mercato delle *superette,* composto dai punti vendita della distribuzione moderna aventi una superficie inferiore a 1.500 mq; *ii)* il mercato dei supermercati, composti da tutti i punti vendita della distribuzione moderna; *iii*) il settore dei *discount*, composto esclusivamente dai punti vendita di tipologia *discount* (*hard* e *soft),* indipendentemente dalla loro dimensione.

Effetti dell'operazione

Nella maggior parte delle province interessate, l'operazione si traduce nella mera sostituzione di un operatore con un altro, essendo le aree geografiche su cui operano l'acquirente e l'acquisita in larga parte distinte.

Gli unici effetti di sovrapposizione si verificano in sei province della Sardegna, ove peraltro la società Lillo non è presente direttamente, ma attraverso una società terza, la ISA S.p.A., la quale, in forza di un contratto di Master

---

[1] Si veda, al riguardo, la "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni" (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).

[2] Cfr. provv. n. 6113 del 18 giugno 1998, *Schemaventuno-Promodes*.

[3] Cfr., tra gli altri, il caso I397-*Sviluppo Discount/Gestione Discount*, provv. n. 8423 del 28 giugno 2000, in Boll. n. 26/00, oppure il caso C11230 – *Eurospin Puglia/4 Esercizi commerciali*, provv. n. 22781 del 7 settembre 2001, in Boll. n. 36/11.

[4] Cfr. provv. n. 24396 del 5 giugno 2013, C11902- *TUO/DICO*.

Franchising con la società Lillo, concede in gestione i propri punti vendita con l'insegna di proprietà di Lillo "*MD Discount*".
Le quote della Lombardini Discount e dei punti vendita gestiti con insegna *MD Discount*, affiliati alla rete di Lillo, sono riportate nella tabella n.1 con riferimento a: *i)* il mercato delle *superette*; *ii)* il mercato dei supermercati; *iii*) il settore dei *discount.*

Tab. n. 1 - Effetti strutturali dell'operazione – Quote delle Parti 2012

		CA	NU	CI(*)	VS(**)	OR	SS
DISCOUNT							
	LOMBARDINI	25.4	26.1	12.3	4.1	21.1	14.4
	LILLO	2.1	3.7	0.9	7.8	1.6	1.1
	TOTALE	**27.5**	**29.6**	**13.2**	**11.9**	**22.7**	**15.5**
SUPERMERCATI							
	LOMBARDINI	4.9	8.0	2.7	1.2	6.2	3.7
	LILLO	0.8	3.3	0.2	5.3	1.5	0.3
	TOTALE	**5.7**	**11.3**	**2.9**	**6.5**	**7.7**	**4.0**
SUPERETTE							
	LOMBARDINI	1.2	3.6	0.37		1.9	0.5
	LILLO	7.5	8.8	4.0		7.9	5.3
	TOTALE	**8.7**	**12.4**	**4.4**		**9.8**	**5.8**

(*) Carbonia Iglesias
(**) Medio Campidano
Fonte: comunicazione delle Parti

Si può notare come la quota acquisita dalla Lillo a seguito dell'operazione non sia in nessun caso superiore al 30%.
Inoltre, nel canale *discount* e nelle due province - Cagliari e Nuoro - ove la quota dell'acquirente supererebbe il 25%, il primo operatore è Eurospin, con una quota pari, rispettivamente, al 37% e al 44% circa.
Per quanto precede, l'operazione comunicata non appare suscettibile di determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante di Lillo sui mercati interessati.

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;

RITENUTO, inoltre, che il patto di non concorrenza descritto in precedenza è accessorio alla presente operazione;

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 verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella