C11865 - CONAD DEL TIRRENO/DUE RAMI DI AZIENDA DI PAM PANORAMA
Provvedimento n. 24162

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 gennaio 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società CONAD DEL TIRRENO SOCIETÀ COOPERATIVA, pervenuta in data 13 dicembre 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

CONAD DEL TIRRENO SOCIETÀ COOPERATIVA (di seguito, Conad del Tirreno), con sede legale a Pistoia, è una cooperativa di dettaglianti che opera, anche mediante le sue controllate, nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.
Conad del Tirreno aderisce al Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD, il quale svolge, a livello nazionale, alcune funzioni commerciali e di *marketing* per i propri soci. Nel 2011 il fatturato consolidato di Conad del Tirreno, interamente realizzato in Italia, è stato di circa 1,9 miliardi di euro.

Oggetto di acquisizione sono due rami d'azienda, appartenenti alla società PAM PANORAMA S.p.A. (di seguito, PAM), costituiti rispettivamente da:
i) un punto vendita localizzato in Lucca, località S. Anna, autorizzato all'esercizio di attività di vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non, con una superficie di vendita di 1.459 m2;
ii) un punto vendita localizzato in Lucca, via Armando Diaz, autorizzato all'esercizio di attività di vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non, con una superficie di vendita di 1.250 m2.
Entrambi i rami d'azienda sono comprensivi di: i) autorizzazione commerciale, ii) beni e attrezzature, iii) avviamento.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di Conad del Tirreno, dei due rami d'azienda sopra descritti. Il contratto preliminare di compravendita tra Conad del Tirreno e PAM prevede l'unicità dello scopo economico dell'operazione e comporta l'esistenza di un vincolo di interdipendenza funzionale tra le acquisizioni dei descritti rami d'azienda.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

Preliminarmente occorre osservare che le acquisizioni comunicate, in quanto caratterizzate da interdipendenza funzionale, costituiscono un'unica operazione.
L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione di parti 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, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 474 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalla concentrazione in esame è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.
All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano tra di loro per dimensione, ampiezza (numero prodotti) e profondità (numero di referenze per ogni prodotto) degli assortimenti, caratteristiche espositive, posizionamento di prezzo, presenza di banchi per i prodotti freschi, disponibilità di parcheggi e ulteriori servizi resi al consumatore. Secondo quanto stabilito dall'Autorità[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 alle categorie immediatamente contigue. Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistono forti relazioni di sostituibilità.

[1] *[Cfr provv. n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037 - Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS, in Boll. n. 25/98.]*

Nel caso in esame, considerato che l'operazione risulta finalizzata all'acquisizione di due punti vendita che hanno una superficie di vendita di circa 1.459 m2 e 1.250 m2, il mercato rilevante è quello dei supermercati, comprensivo di tutti i punti vendita della distribuzione moderna.

Il mercato geografico

Da un punto di vista geografico il mercato ha 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 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 prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.
Nel caso in esame, l'ambito geografico di riferimento ai fini della valutazione dell'operazione comunicata è quello della provincia di Lucca, nella quale sono localizzati i punti vendita oggetto di acquisizione.

Effetti dell'operazione

Nel mercato dei supermercati della provincia di Lucca la quota detenuta da CONAD passerà da circa il 21% al 22%, essendo la quota di mercato imputabile ai due rami oggetto di acquisizione del tutto marginale (1%).
In tale mercato operano qualificati concorrenti quali Esselunga e COOP, titolari di quote pari, rispettivamente, a circa il 43% e il 14%.
Per quanto precede, l'operazione comunicata non modifica, significativamente, l'assetto concorrenziale del mercato interessato.

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 sul mercato interessato, 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 e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
RobertoChieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella