C11916 - COOP LOMBARDIA/DUE IPERMERCATI DEL GRUPPO LOMBARDINI
Provvedimento n. 24504

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 12 agosto 2013;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Coop Lombardia S.C., pervenuta in data 31 luglio 2013;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

Coop Lombardia Soc. Cooperativa (di seguito, Coop Lombardia) è attiva nell'acquisizione, commercializzazione e distribuzione di generi di largo consumo, alimentari e non alimentari, attraverso una rete di vendita propria composta complessivamente da 41 supermercati e 11 ipermercati. Coop Lombardia è controllata da oltre 900.000 soci persone fisiche, che ne detengono complessivamente il 100% del capitale sociale. Coop Lombardia aderisce al consorzio Coopitalia Soc. Cooperativa che rappresenta la il principale operatore nazionale nel settore della GDO alimentare[1].
Il fatturato realizzato nel 2012 da Coop Lombardia ha realizzato interamente in Italia un fatturato pari a 1.058 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione sono due ipermercati recanti l'insegna "Pellicano" situati nella provincia di Bergamo: l'ipermercato di Treviglio di proprietà della Lombardini Rezzato S.r.l. e l'ipermercato di Mapello della società Virgilio S.p.A.. entrambe le società proprietarie dei suddetti ipermercati fanno entrambe parte del Gruppo Lombardini.
Nel 2012 gli ipermercati di Treviglio e Mapello hanno complessivamente realizzato, interamente in Italia, un fatturato pari a *[48-100]* milioni di euro[2].

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione da parte di Coop Lombardia dei rami d'azienda costituiti dagli ipermercati di Treviglio e Mapello di proprietà di due società del Gruppo Lombardini.
Nel contratto preliminare le Parti hanno specificato che le transazioni relative ai due rami d'azienda hanno natura unitaria; pertanto, anche in considerazione del fatto che l'acquirente è unico (Coop Lombardia), tali transazioni costituiscono un'unica operazione di concentrazione[3].

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di parti d'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 legge n. 287/90, come modificato dall'articolo 5-*bis* del D.L. n. 1/12, convertito con modifiche dalla legge n. 27/12, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è superiore a 482 milioni di euro e il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dai rami d'azienda oggetto di acquisizione è stato superiore a 48 milioni.

IV. I MERCATI INTERESSATI

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 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, le caratteristiche

---

[1] *[Cfr. provv. n. 24397 del 5 giugno 2013 C11903 - Coop Estense- Unicoop Tirreno-Coop Adriatica-Novacoop-Coop Lombardia-Coop Liguria-Coop Consumatori Nordest/Distribuzione Roma in Bollettino n. 24/2013.]*

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

[3] *[Cfr. paragrafi 36 e ss. della Comunicazione consolidata della Commissione sui criteri di competenza giurisdizionale a norma del regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese.]*

espositive, la presenza di banchi per i prodotti freschi, la disponibilità di parcheggi. Secondo quanto stabilito dall'Autorità, 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 sussistano forti relazioni di sostituibilità.
Nel caso in esame, considerato che l'operazione risulta relativa a superfici di vendita superiori a 1.500 mq, il mercato rilevante è quello degli ipermercati.

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 Bergamo, nella quale sono localizzati i punti vendita oggetto di acquisizione.

V. EFFETTI DELL'OPERAZIONE

Nel mercato rilevante degli ipermercati della provincia di Bergamo, la quota detenuta dai due punti vendita oggetto di acquisizione nel 2012 era pari all'incirca al 14,2%; in tale mercato Coop Lombardia così come le altre società del sistema Coop non detengono né controllano alcun ipermercato a fronte di quote significativamente maggiori dei principali concorrenti, in particolare 43% circa di Finiper e 27,5% circa di Auchan. Nel contiguo mercato dei supermercati della medesima provincia al sistema Coop nel suo complesso faceva capo una quota dell'1,3% circa.
Tenuto conto delle dimensioni della provincia di Bergamo e della dislocazione in tale provincia dei comuni sedi dei punti vendita oggetto di acquisizione, ove si consideri una definizione del mercato geografico più puntuale, basata su isocrone di 30 minuti di percorso, la quota detenuta dal sistema Coop nel mercato degli ipermercati non superava nel 2012 il 9%, a fronte di una quota attribuibile ai due ipermercati non superiore al 4%. Nel contiguo mercato dei supermercati la quota di Coop non superava il 7,5%.
Tutto ciò considerato, l'operazione comunicata non appare idonea ad alterare le dinamiche competitive nel mercato rilevante.

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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

p. IL PRESIDENTE
Piero Barucci