C12802 - LUIGI LAVAZZA/VENDING ALL INCLUSIVE ITALIA
Provvedimento n. 31875

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 3 marzo 2026;

SENTITO il Relatore, Saverio Valentino;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione pervenuta dalla società Luigi Lavazza S.p.A. il 16 febbraio 2026;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Luigi Lavazza S.p.A. (di seguito, "LL"; P.IVA 00470550013) è la capogruppo del Gruppo Luigi Lavazza (di seguito, "Gruppo LL"), principalmente attivo a livello mondiale nella produzione e commercializzazione di caffè e prodotti connessi. In particolare, il Gruppo LL commercializza caffè tostato in grani, macinato, in capsule e in cialde, oltre a macchine da caffè e accessori, sia per il consumo domestico sia per quello fuori casa, attraverso vari canali di vendita: (*i*) *in-home*, in particolare attraverso la Grande distribuzione organizzata (di seguito, "GDO") e *online*, su piattaforme di *e-commerce*, attraverso siti *web* proprietari, nonché sui canali *online* dei principali *retailer*; (*ii*) *out-of-home*, in particolare attraverso bar a marchio Lavazza e mediante il canale Ho.Re.Ca.; (*iii*) *office coffee service*/*vending*, mediante operatori che gestiscono punti di somministrazione di caffè rispettivamente nei luoghi di lavoro e nei luoghi pubblici.
LL è controllata da ultimo da persone fisiche.
Il fatturato realizzato dal Gruppo LL, nel 2024, è stato pari a circa *[3-4]** miliardi di euro a livello mondiale, di cui circa *[2-3]* miliardi di euro nell'Unione europea e circa *[700-1000]* milioni di euro in Italia.

2. Vending All Inclusive Italia S.p.A. (di seguito, "VAI" o anche "Target"; P.IVA 08903730151), società controllata dal Gruppo IVS, attivo nel settore della vendita di bevande e *snack* tramite distributori automatici, rivende a livello *business to business* (di seguito, "B2B") prodotti alimentari e altri *consumables* ai gestori attivi nel settore del *vending* i quali, a loro volta, utilizzano tali prodotti per la vendita ai consumatori finali attraverso la distribuzione automatica (o semiautomatica). In misura più contenuta, la Target è attiva anche nel canale Ho.Re.Ca. e nella fornitura di prodotti a negozi specializzati in caffè in capsule e a rivenditori *online*.
Il capitale sociale di VAI è detenuto per il 51,52% da IVS Italia S.p.A., per il 28,55% da IVS Group S.A., per il 15,54% da Vega Finanziaria S.r.l. e per il rimanente 4,41% da S. Italia S.p.A. (di seguito, con IVS Italia S.p.A. e IVS Group S.A., i "Venditori").
Il fatturato realizzato dalla Target, nel 2024, è stato pari a circa *[35-100]* milioni di euro, quasi interamente conseguito in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione da parte di LL, per il tramite della sua controllata E-Coffee Solutions S.r.l. (di seguito, "ECS", C.F. 11988860018), del controllo esclusivo di VAI mediante l'acquisto di una partecipazione pari o superiore al 74,46% del capitale sociale e corrispondenti diritti di voto.
4. Sono previsti patti di non concorrenza e di non sollecitazione, della durata di *[omissis]* anni dal completamento dal *closing* e circoscritti al territorio dell'Italia, Città del Vaticano e Repubblica di San Marino. In forza di tale pattuizione, i Venditori si impegnano a: *[omissis]*[1].

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'Operazione, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge in

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

quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro.

6. I patti di non concorrenza e di non sollecitazione, descritti nel paragrafo precedente, possono essere ritenuti direttamente connessi e necessari alla realizzazione dell'Operazione, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che essi siano limitati temporalmente a un periodo di due anni[2].

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

7. In ragione delle attività della Target è possibile individuare i seguenti ambiti merceologici interessati dall'Operazione:

(i) vendita all'ingrosso ("B2B") di caffè ai gestori attivi nella distribuzione automatica (c.d. *vending*) o semi-automatica (tramite macchine OCS - *Office Coffee System*);

(ii) vendita di prodotti alimentari diversi dal caffè (ad esempio, *snacks*, acqua) ai gestori del *vending*/OCS;

(iii) fornitura di servizi di manutenzione delle macchine utilizzate dai gestori del *vending*/OCS;

(iv) vendita di pezzi di ricambio usati per le macchine utilizzate dai gestori del *vending*/OCS.

8. Inoltre, in considerazione dell'attività *sub (i)* svolta dalla Target, vengono altresì in rilievo le seguenti attività svolte da LL a monte e a valle della filiera del caffè:

(v) produzione e commercializzazione del caffè attraverso il canale *out-of-home* (a monte)[3];

(vi) l'installazione e la gestione di apparecchi automatici e semi-automatici per la somministrazione di bevande calde e fredde e cibi pre-confezionati (c.d. *vending*, a valle)[4].

9. In particolare, secondo la prassi della Commissione[5], la produzione e commercializzazione del caffè attraverso il canale *out-of-home* rappresenta un mercato distinto rispetto a quella posta in essere attraverso in canale *in-home*.

10. Da un punto di vista geografico, in base ai precedenti nazionali ed europei[6], le attività *sub (i)-(vi)* possono essere ritenute di dimensione nazionale. In ogni caso, la definizione esatta di tali mercati può essere lasciata aperta non mutando la valutazione della presente Operazione.

Gli effetti dell'Operazione

11. L'Operazione non appare idonea a produrre effetti distorsivi della concorrenza.

12. In particolare, sotto il profilo orizzontale, per quanto riguarda l'attività *sub (i*), relativa alla vendita B2B di caffè ai gestori attivi nel *vending*/OCS, a seguito dell'Operazione la quota di mercato congiunta dalle Parti sarà pari al *[20-25%],* con un incremento del *[5-10%]* e la presenza di numerosi e qualificati concorrenti, quali Caffè Borbone, Kimbo, Vergnano, Gimoka, Covim.

13. Per quanto riguarda l'attività *sub (ii*), relativa alla vendita di prodotti alimentari diversi dal caffè ai gestori del *vending*/OCS, a seguito dell'Operazione la quota di mercato congiunta dalle Parti sarà pari a circa il *[5-10%],* con una quota attuale di LL largamente inferiore all'1%.

14. In relazione invece alle attività *sub (iii)* e *(iv*), rispettivamente relative alla fornitura di servizi di manutenzione delle macchine utilizzate dai gestori del *vending*/OCS e alla vendita di pezzi di ricambio usati per le macchine utilizzate dai gestori del *vending*/OCS, non sono presenti sovrapposizioni tra le Parti e, pertanto, l'Operazione comporterà la mera sostituzione di un operatore con un altro. Inoltre, la Target risulta detenere quote marginali, largamente inferiori al 5%.

15. Sotto il profilo verticale, l'Operazione non determina effetti rilevanti sotto il profilo della concorrenza in quanto la quota detenuta dalla Target nell'attività *sub (i)* relativa alla vendita B2B di caffè ai gestori attivi nel *vending*/OCS è pari al *[5-10%],* mentre le quote detenute da LL nella produzione e nella commercializzazione del caffè attraverso il canale *out-of-home*, a monte rispetto all'attività *sub (i)* svolta dalla Target, e nel *vending*, a valle rispetto alla menzionata attività *sub (i*), sono rispettivamente pari al *[15-20%]* e *[inferiore all'1%].* In tale contesto la nuova entità non risulta avere l'incentivo e la capacità di precludere gli *input* o i clienti ai propri concorrenti nella filiera del caffè.

16. Pertanto, l'Operazione non è suscettibile di modificare in maniera significativa la struttura concorrenziale dei mercati in parola.

---

[2] *[Cfr. "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03)", in GUUE serie C n. 56 del 5 marzo 2005.]*

[3] *[Cfr. decisione della Commissione europea M.7292 - Demb/Mondelez/Charger Opco del 5 maggio 2015.]*

[4] *[Cfr. C12120 - KKR & Co. L.P./Gruppo Argenta, provvedimento n. 26812 del 18 ottobre 2017, in Bollettino n. 42/2017; C12158 - IVS Italia-D.A.E.M.-Sellmat-Methodo/Newco, provvedimento n. 27122 dell'11 aprile 2018, in Bollettino n. 16/2018; decisione della Commissione europea M.8454 - KKR/Pelican Rouge del 25 agosto 2017.]*

[5] *[Cfr. decisione della Commissione europea M.7292 - Demb/Mondelez/Charger Opco, cit..]*

[6] *[Cfr. decisione della Commissione europea M.7292 - Demb/Mondelez/Charger Opco, cit.; C12120 - KKR & Co. L.P./Gruppo Argenta, cit..]*

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che i patti di non concorrenza e di non sollecitazione descritti in precedenza possono essere qualificati come accessori all'Operazione nei soli limiti sopra indicati e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove sussistano i presupposti, le suddette clausole che si dovessero realizzare oltre tali limiti;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE	IL PRESIDENTE
Guido Stazi	*Roberto Rustichelli*