C12229 - MD/21 RAMI DI AZIENDA DI ROBERTO ABATE
Provvedimento n. 27788

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 29 maggio 2019;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società MD S.p.A., pervenuta in data 16 aprile 2019 e integrata in data 2 maggio 2019;

VISTA la propria richiesta di informazioni, trasmessa in data 9 maggio 2019, con la quale sono stati interrotti i termini per la valutazione dell'operazione ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. n. 217/1998;

VISTA la risposta della società MD S.p.A., pervenuta in data 17 maggio 2019;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. MD S.p.A. (di seguito "MD", la società "acquirente" o la "Parte") è una società attiva nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo (di seguito "GDO"), con una catena di punti di vendita, direttamente controllati (di seguito "punti vendita diretti") e affiliati, aventi marchio commerciale "MD", distribuiti in tutto il territorio nazionale.
Nel 2017, i punti vendita diretti a marchio "MD" risultavano essere 497 (di cui 252 tra il Nord Italia e la Sardegna e 245 nel Sud Italia e Sicilia) mentre quelli in affiliazione erano 220 (di cui 98 nell'area Nord Italia e Sardegna e 122 nell'area Sud Italia e Sicilia).
MD è una società del gruppo facente capo alla famiglia Podini (di seguito "Gruppo Podini") ed è soggetta al controllo della *holding* Lillo S.p.A. (di seguito "Lillo").
Il Gruppo Podini è attivo, oltre che nella GDO con la società MD, nel settore immobiliare, fotovoltaico, logistico, dei sistemi informatici, dell'editoria e del commercio al dettaglio alimentare. Il Gruppo Podini ha realizzato nel 2017 un fatturato consolidato di oltre [2-3][1] miliardi di euro per vendite in Italia.
2. Roberto Abate S.p.A. in liquidazione (di seguito "RA in liquidazione") è una società che ha storicamente operato in Sicilia nel settore della GDO, sviluppando il proprio fatturato principalmente nelle province siciliane di Catania, Siracusa, Messina ed Enna con diverse insegne e formati, dal piccolo negozio di prossimità all'ipermercato. Nel 2018 il Gruppo gestiva - attraverso i marchi A&O, Famila e ARD - 79 punti vendita, di cui 63 a gestione diretta e 16 in affiliazione (9 in somministrazione e in affitto di ramo d'azienda).
I 21 punti vendita oggetto di acquisizione - nello specifico, supermercati medio-piccoli situati nella provincia di Catania (17), nella provincia di Siracusa (2) e nella provincia di Enna (2) - hanno realizzato complessivamente un fatturato pari a [30-100] milioni di euro nel 2017 e pari a [30-100] milioni di euro nel 2018, per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione, dal concordato preventivo della RA in liquidazione, tramite procedura di asta giudiziaria competitiva[2], di 21 punti vendita attivi nel settore della GDO, situati nelle province di Catania (17), Siracusa (2) ed Enna (2), tutti aventi dimensione compresa tra i 400 e i 1500 mq, fatta eccezione per un punto vendita di circa 300 mq (vedi Tabella 1).

Tabella 1 – Punti vendita oggetto di acquisizione

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

[2] *[Decreto Tribunale di Catania del 14.03.2019, come integrato dal Decreto Trib. Catania del 19.03.2019.]*

N.	Insegna	Prov	Indirizzo	mq totali	mq vendita
1	UNO D. Gravina	CT	Gravina (CT) Via Etnea, 18	1218	770
2	UNO D. Viale Ulisse	CT	Catania Viale Ulisse, 13	1020	804
3	UNO D. Viale Vitt. Veneto	CT	Catania Via V. Veneto, 60	991	669
4	UNO D. Calatabiano	CT	Calatabiano (CT) Via Garibaldi, 177	786	470
5	UNO D. Pedara	CT	Pedara (CT) Via G.Verga, 20/22	310	281
6	UNO D. Adrano	CT	Adrano (CT) Via Pastore, s.n.c.	1150	820
7	UNO D.Acquicella	CT	Catania Via Acquicella Porto, 7	1705	1250
8	UNO D. Via Balatelle	CT	Paternò (CT) Via Balatelle, 15	1450	1000
9	UNO D. Belpasso Timpa Magna BELPASSO	CT	Belpasso (CT) Contrada Timpa Magna	1195	970
10	UNO D. Randazzo Campo Re	CT	Randazzo (CT) Contrada Campo Re	1410	938
11	UNO D. Valcorrente (BELPASSO ETNAPOLIS)	CT	Belpasso (CT) Via Valcorrente, 6	965	725
12	UNO D. Giarre	CT	Giarre (CT) Viale delle Province, 70	840	520
13	UNO D. Catania Librino	CT	Catania Viale Librino , 15	1369	938
14	UNO D. Giarre Ruggero I	CT	Giarre (CT) Via Ruggero I, 65	1600	960
15	UNO D. S.M. La Stella	CT	S.M. la Stella (CT) Contrada Cantagallo	1835	999
16	UNO D. Bronte	CT	Bronte (CT) Via Palermo	900	758
17	UNO D. PATERNO'	CT	Paternò Via Sardegna	1283	761
18	UNO D. Leonforte	EN	Leonforte (EN) Via dei 100 Comuni d'Italia s.n.c.	1100	776
19	UNO D. Piazza Armerina	EN	Piazza Armerina (EN) Contrada Bellia	1538	995
20	UNO D. Augusta	SR	Augusta (SR) Contrada Monte Tauro (Via Zuppello)	1486	1000
21	UNO D. Augusta	SR	Augusta (SR) Via Marina di Ponente	2050	1000

Fonte: la Parte

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

5. 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[3], in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate dall'operazione è stato superiore a 498 milioni di euro e il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

6. Secondo la prassi consolidata dell'Autorità[4], nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO) operano, a livello nazionale, molteplici operatori con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegate. In particolare, la GDO viene solitamente suddivisa in: Grande Distribuzione (GD), nella quale sono comprese le grandi catene distributive organizzate in forma di impresa o di gruppo di imprese, e Distribuzione Organizzata (DO), di cui fanno parte le catene costituite da soggetti giuridici distinti, ma "legati" dalla comune adesione a formule associative di vario tipo, quali consorzi, unioni volontarie, società di servizi, cooperative di consumo, ecc.

7. All'interno della GDO possono distinguersi diverse categorie di punto vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano rispetto a un insieme di caratteristiche (dimensione, posizionamento, gamma di prodotti offerti, presenza di banchi del fresco, ecc.) che concorrono a determinarne la qualità e il livello di servizi offerti.

8. Sulla base di un consolidato orientamento dell'Autorità, esiste una catena di sostituibilità tra le diverse tipologie di punto vendita che fa sì che le relazioni maggiormente significative, ai fini della delimitazione dei mercati, risultino limitate alle categorie immediatamente contigue sotto il profilo dimensionale. Le relazioni di sostituibilità non sono, peraltro, necessariamente simmetriche, potendosi ipotizzare che i punti vendita di dimensioni più elevate esercitino una maggiore pressione concorrenziale.

9. Nei propri precedenti, l'Autorità ha conseguentemente identificato l'esistenza di mercati merceologici distinti per ciascuna categoria dimensionale di punto vendita, definiti in particolare come segue:

i) il mercato delle *superette* (100-400 mq), composto dalle stesse *superette* e dai supermercati medio-piccoli (aventi una superficie compresa tra 400 e 1.500 mq);

ii) il mercato dei supermercati (400-2.500 mq), composto da tutti i supermercati, dalle *superette* e dagli ipermercati;

---

[3] *[Così come modificato dall'articolo 5-bis, comma 2, lettera c), del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito in legge 24 marzo 2012, n. 27 e dalla Delibera dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato n. 27591 del 20 marzo 2019.]*

[4] *[V. IC43 – SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, Delibera n. 24465 del 24 luglio 2013.]*

iii) il mercato degli ipermercati (dai 2.500 mq in su), composto dagli ipermercati e dai grandi supermercati (di dimensione pari o superiore ai 1.500 mq).

10. Per 20 rami di azienda oggetto di acquisizione, costituiti dai punti vendita di dimensioni superiori a 400 mq e inferiori a 1500 mq, il mercato merceologico interessato dalla presente operazione è quello dei supermercati. Per il rimanente punto vendita, le cui dimensioni risultano inferiori ai 400 mq, il mercato del prodotto è quello delle *superette*.

Il mercato geografico

11. Sotto il profilo geografico, i mercati della GDO hanno 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 tuttavia 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. E' prassi dell'Autorità valutare le condizioni concorrenziali esistenti su specifiche porzioni di territorio delimitate da curve isocrone o isometriche costruite attorno ai singoli punti vendita interessati dall'operazione[5].

12. Tenuto conto della dislocazione territoriale dei punti vendita oggetto di acquisizione, i mercati geografici interessati dalla presente operazione sono pertanto individuati dall'area delimitata da curve isocrone di 20 minuti di guida costruite intorno ai punti vendita interessati.

Gli effetti dell'operazione

13. Per sei punti vendita, appartenenti al mercato dei supermercati non si realizza alcuna sovrapposizione orizzontale tra le Parti all'interno delle rispettive curve isocrone di 20 minuti di guida[6]. Per tali rami di azienda, perciò, l'operazione di concentrazione si sostanzia nella mera sostituzione di un concorrente con un altro.

14. Per quanto concerne 10 punti vendita, appartenenti al mercato dei supermercati[7], e l'unico punto vendita appartenente al mercato delle *superette*[8], la quota di mercato rilevante detenuta dalla Parte all'interna di ciascun isocrona, ad esito dell'operazione, risulta inferiore al 15% e, in quanto tale, non idonea a sollevare preoccupazioni di natura concorrenziale.

15. In relazione a 3 punti vendita, appartenenti al mercato del prodotto dei supermercati, la quota di mercato detenuta dalla parti, ad esito della concentrazione, all'interno della rispettiva isocrona è superiore al 15%. In particolare:

- una quota di mercato pari al [15-20]% nell'isocrona centrata nel punto vendita di via Sardegna a Paternò (n. 8 della tabella 1);
- una quota di mercato del [15-20]% nell'isocrona centrata nel punto vendita di Belpasso (n. 9 della tabella 1);
- una quota di mercato del [15-20]% nell'isocrona centrata nel punto vendita di Paternò (n. 17 della tabella 1).

Tuttavia, in tutti e tre i casi, grandi gruppi attivi nella GDO all'interno di tali curve isocrone – quali il Gruppo Vege, CRAI e Eurospin - con quote di mercato simili o più elevate rispetto a quella della Parte, appaiono in grado di esercitare una rilevante pressione competitiva attuale e potenziale.

16. In relazione al punto vendita Uno D. Leonforte in provincia di Enna[9], la quota di mercato che la Parte deterrà a esito dell'operazione di concentrazione è pari al [30-35]%. I principali concorrenti detengono quote di rilievo (Vege il [20-25]%, Conad il [15-20]%, CRAI il [15-20]% e Despar il [5-10]%) e sono primari operatori a livello nazionale nel settore della GDO, in grado di esercitare una rilevante concorrenza attuale e potenziale.

17. In conclusione, l'operazione di concentrazione non appare alterare in maniera sostanziale il livello della concorrenza nei mercati rilevanti considerati.

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;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

---

[5] *[V., ad esempio, C11968 - COOP CENTRO ITALIA/GRANDI MAGAZZINI SUPERCONTI-SUPERCONTI SUPERMERCATI TERNI-SUPERCONTI SERVICE, provv. n. 25419 del 8 aprile 2015, in Boll. n. 14/2015.]*

[6] *[I suddetti punti vendita oggetto di acquisizione sono: il n. 6 (UNO D. Adrano); il n. 10 (UNO D. Randazzo Campo Re); il n. 16 (UNO D. Bronte); il n. 19 (UNO D. Piazza Armerina); i nn. 20 e 21 ad Augusta della tabella 1.]*

[7] *[Si tratta dei punti vendita nn. 1, 2, 3, 4, 7, 11, 12, 13, 14, 15.]*

[8] *[Si tratta del punto vendita UNO D. di Pedara, il n. 5 della tabella 1.]*

[9] *[Si tratta del punto vendita n. 18 della tabella 1.]*

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	IL PRESIDENTE
Filippo Arena	*Roberto Rustichelli*