C12423 - APULIA DISTRIBUZIONE/RAMI DI AZIENDA DI GS
Provvedimento n. 29975

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 gennaio 2021;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Apulia Distribuzione S.r.l., pervenuta in data 28 dicembre 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Apulia Distribuzione S.r.l. (di seguito "Apulia Distribuzione") è una società controllata da persone fisiche, che opera nel settore della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) nel Centro-Sud Italia. In particolare, Apulia distribuzione è attiva nella vendita all'ingrosso di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo, nonché nella realizzazione di strutture di vendita al dettaglio da concedere in affitto a società (controllate o non controllate) che esercitano l'attività di vendita al dettaglio. La società si avvale di un rapporto contrattuale di *master franchising* con un *master franchisor* (attualmente il gruppo Carrefour) titolare di un marchio e di una "formula commerciale", che le consente di:

- accedere alle stesse condizioni di acquisto di primo livello del *master franchisor*;
- utilizzare il marchio Carrefour in Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e, successivamente alla presente operazione, in Campania;
- acquistare i prodotti *private label* del gruppo Carrefour;
- utilizzare il *know how* del *master franchisor*.

Tramite contratti di *franchising*, Apulia Distribuzione concede a sua volta alle affiliate, dietro corrispettivo, la disponibilità della predetta formula commerciale che, da un lato, consente a queste ultime di utilizzare il *know how* e il marchio del *master franchisor* e, dall'altro, prevede la somministrazione, da parte di Apulia Distribuzione, delle merci destinate alla vendita al dettaglio.
Apulia Distribuzione dispone di una rete di oltre 300 punti vendita (di seguito, anche "pv") e nel 2020 ha realizzato in Italia un fatturato pari a *[511-700]** milioni di euro.

2. Oggetto di acquisizione sono 22 rami d'azienda, costituti da altrettanti punti vendita tutti situati in Campania, 12 della tipologia supermercato e 10 della tipologia *superette* (di seguito cumulativamente anche "Rami d'azienda target"). I suddetti rami d'azienda sono attualmente detenuti da GS S.p.A., società controllata, tramite la società Carrefour Italia S.p.A., da Carrefour S.A., società di diritto francese *holding* dell'omonimo gruppo e operano sotto le insegne Carrefour Market e Carrefour Express. Il fatturato realizzato dai Rami d'azienda target nel 2020 è stato pari a circa *[100-511]* milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Apulia Distribuzione, dei Rami d'azienda *target*. In particolare, il trasferimento è regolato da un contratto preliminare sottoscritto tra le Parti in data 20 dicembre 2021, cui seguirà la stipula del contratto definitivo di cessione dei rami d'azienda.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parte di un'impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera *b*), della legge n. 287/90.
5. Essa è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90 (come modificato dall'articolo 1, comma 177, della legge 4 agosto 2017, n. 124, in vigore dal 29 agosto 2017), in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

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

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1 Il mercato del prodotto

6. La presente operazione interessa i mercati della vendita al dettaglio e dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo attraverso punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata (GDO). Tale settore viene solitamente suddiviso 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. Nel settore della GDO possono distinguersi diverse tipologie di punto vendita, sulla base di una serie 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. In particolare, il settore viene generalmente suddiviso in: ipermercati (punti vendita di dimensione pari o superiore a 2.500 mq), supermercati (punti vendita di dimensione compresa tra 400 e 2.499 mq), *superette* (punti vendita di dimensione compresa tra 100 e 399 mq) e *discount* (punti vendita di dimensione medio-piccola, che di norma non supera i 2.000 mq, con un assortimento limitato di referenze e di marchi e una strategia commerciale principalmente rivolta al contenimento dei costi e dei prezzi di vendita).

8. Ad esito dei più recenti approfondimenti istruttori svolti nell'ambito di procedimenti per la valutazione di operazioni di concentrazione nel settore della GDO[1], l'Autorità ha aggiornato la definizione dei mercati merceologici di supermercati, ipermercati e *superette*, individuandoli come segue:

i. il mercato dei supermercati, composto da tutti i supermercati, dalle *superette*, dagli ipermercati e dai *discount*, ovvero da tutti i punti vendita con superficie a partire da 100 mq;

ii. il mercato degli ipermercati, composto, oltre che dagli ipermercati stessi, da tutti i supermercati e dai *discount*, ovvero da tutti i punti vendita con superficie a partire da 400 mq;

iii. il mercato delle *superette*, composto da *superette,* supermercati e *discount*, ovvero da tutti i punti vendita di superficie compresa tra i 100 e i 2.499 mq.

9. Alla luce di quanto esposto, i mercati interessati dalla presente operazione risultano essere quelli dei supermercati e delle *superette*.

IV.2 Il mercato geografico

10. Dal punto di vista 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.

11. Nelle citate istruttorie, ad esito di una specifica *survey* condotta sulle abitudini di consumo nel settore della GDO, l'estensione geografica dei mercati locali dei supermercati è stata individuata nell'area delimitata da curve isocrone di 15 minuti di guida costruite intorno ai punti vendita interessati, mentre l'ampiezza dei mercati locali delle *superette* presenta un raggio di 10 minuti di percorrenza in auto.

IV.3 Gli effetti dell'operazione

12. Il settore interessato dall'operazione in esame è quello della grande distribuzione organizzata, nel quale operano entrambe le Parti.

13. Ad esito della presente operazione, Apulia Distribuzione verrà a detenere il controllo dei 22 punti vendita detenuti da Carrefour in Campania, che, in virtù del contratto di *master franchising* sopra descritto, continueranno ad operare sotto le insegne attuali.

14. Apulia Distribuzione non è attualmente presente sul territorio campano e, pertanto, l'operazione di concentrazione non produce effetti di sovrapposizione orizzontale in nessuno dei mercati locali interessati, comportando la mera sostituzione di un operatore con un altro.

15. Per quanto precede, l'operazione comunicata non riduce in modo sostanziale la concorrenza 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;

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.

---

[1] *[Cfr.: C12279 - DIPERDÌ/RAMI DI AZIENDA DI SMA E SOCIETÀ GENERALE DISTRIBUZIONE, provv. n. 28326 del 4 agosto 2020, in Boll. n. 34/20; C12247B - BDC ITALIA-CONAD/AUCHAN, provv. n. 28163 del 25 febbraio 2020, in Boll. n. 10/20; C12246 – FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, provv. n. 28038 del 20 dicembre 2019, in Boll. n. 52/2019.]*

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

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli