

C12247B - BDC ITALIA-CONAD/AUCHAN*Provvedimento n. 28064*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 14 gennaio 2020;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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 delle società BDC Italia S.p.A. e CONAD Consorzio Nazionale Dettaglianti Soc. Coop., pervenuta in data 19 luglio 2019;

VISTA la propria delibera del 5 novembre 2019, con cui è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società BDC Italia S.p.A., CONAD Consorzio Nazionale Dettaglianti Soc. Coop., Pac2000A Soc. Coop., Conad Nord Ovest Soc. Coop., Commercianti Indipendenti Associati Soc. Coop., Conad Centro Nord Soc. Coop., Conad Adriatico Soc. Coop., Conad Sicilia Soc. Coop.;

VISTA la propria delibera del 20 dicembre 2019, con cui l'Autorità ha preso atto dell'intervenuta modifica sostanziale del perimetro dell'operazione di concentrazione comunicata, consistente nella sottoscrizione da parte di Margherita Distribuzione S.p.A. (società controllata da BDC Italia S.p.A.) con DiperDi S.r.l. (società del gruppo Carrefour) di un accordo preliminare avente a oggetto termini e condizioni del futuro trasferimento a DiperDi S.r.l. di 28 punti vendita diretti, e ha deliberato che non vi fosse luogo a provvedere, richiedendo alle Parti una nuova comunicazione ai sensi dell'articolo 16, comma 1, della legge n. 287/90;

VISTA la nuova comunicazione delle società BDC Italia S.p.A. e CONAD Consorzio Nazionale Dettaglianti Soc. Coop., pervenuta in data 3 gennaio 2020;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. CONAD Consorzio Nazionale Dettaglianti Soc. Coop. (di seguito, anche "CONAD") è una società cooperativa che raccoglie e rappresenta sei grandi gruppi cooperativi, distribuiti sul territorio italiano a livello regionale o sovra-regionale (Pac2000A Soc. Coop., Conad Nord Ovest Soc. Coop., Commercianti Indipendenti Associati Soc. Coop., Conad Centro Nord Soc. Coop., Conad Adriatico Soc. Coop., Conad Sicilia Soc. Coop., di seguito congiuntamente indicate come "le Cooperative"). Il modello organizzativo di CONAD (di seguito, anche "sistema CONAD") è strutturato su tre livelli:

- i) i singoli imprenditori, soci delle cooperative e titolari dei punti vendita attivi sul territorio (di seguito, anche "dettaglianti"), che operano in proprio e con proprio rischio di impresa nel settore della Grande Distribuzione Organizzata ("GDO"), avvalendosi della somministrazione di merci e di servizi da parte della singola Cooperativa;
- ii) le Cooperative socie del consorzio nazionale CONAD, operanti ciascuna in una specifica area del territorio nazionale, che supportano e coordinano i singoli imprenditori fornendo servizi amministrativi, commerciali, logistici e finanziari;

iii) CONAD, che opera da centrale di acquisto e di servizi, si occupa della pianificazione strategica, dell'attività di *marketing* e di comunicazione per tutto il sistema, nonché della produzione, della promozione e dello sviluppo del marchio CONAD.

Le Cooperative e CONAD forniscono, tra gli altri, servizi di supporto all'attività commerciale e al *marketing* nonché servizi amministrativi, finanziari e di gestione delle risorse umane, oltre ad organizzare il rifornimento e l'acquisto in comune dei beni di consumo, nonché incentivare e promuovere l'innovazione e la modernizzazione delle strutture distributive dei soci.

CONAD associa oltre 2.600 dettaglianti operanti sul territorio nazionale sotto le insegne CONAD City, CONAD, CONAD Superstore e CONAD ipermercato; nel 2018 CONAD ha realizzato in Italia un fatturato pari a circa 1,4 miliardi di euro.

2. Pac2000A Soc. Coop. a r.l. (di seguito, anche "PAC2000"), con circa 880 dettaglianti associati, è la maggiore cooperativa associata a CONAD. A essa fanno capo oltre mille punti vendita (di seguito, anche "pv"), localizzati nel Centro Sud – e segnatamente in Lazio, Umbria, Basilicata, Calabria e Campania – e una rete di *discount* (a insegna Todis) distribuita sull'intero territorio nazionale. PAC2000 ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 2,7 miliardi di euro.

3. Conad Nord Ovest Soc. Coop. (di seguito, anche "Conad Nord Ovest") è una società recentemente costituita dalla fusione tra Nordiconad Soc.coop. e Conad del Tirreno Soc. Coop., avvenuta il 16 settembre 2019¹. Le due cooperative associavano complessivamente 411 dettaglianti, con una rete di vendita composta in totale da oltre 800 punti vendita situati in Liguria, Lazio, Sardegna, Toscana, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Emilia-Romagna e Veneto. Nordiconad Soc. Coop. ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 825 milioni di euro, mentre Conad del Tirreno Soc. Coop. ha realizzato un fatturato di circa 1,6 miliardi di euro.

4. Commercianti Indipendenti Associati Soc. Coop. (di seguito, anche "CIA") associa 157 imprenditori, che gestiscono una rete di 222 punti vendita localizzati in Emilia-Romagna, Friuli Venezia-Giulia, Marche e Veneto. Nel 2018, il fatturato della cooperativa è stato pari a circa 1,2 miliardi di euro.

5. Conad Centro Nord Soc. Coop. (di seguito, anche "Conad Centro Nord") è una cooperativa che associa 165 dettaglianti, che gestiscono una rete di circa 240 punti vendita attivi in Lombardia ed Emilia-Romagna. La cooperativa ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 875 milioni di euro.

6. Conad Adriatico Soc. Coop. (di seguito, anche "Conad Adriatico") associa 261 dettaglianti, che gestiscono circa 400 punti vendita localizzati nelle regioni Marche, Abruzzo, Puglia, Basilicata e Molise. Essa ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 745 milioni di euro.

7. Conad Sicilia Soc. Coop. (di seguito, anche "Conad Sicilia") associa circa 180 imprenditori che gestiscono oltre 350 punti vendita localizzati in Calabria e Sicilia². Essa ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 500 milioni di euro.

¹ Cfr. C12235 - NORDICONAD-CONAD DEL TIRRENO/CONAD NORD OVEST, provv. n. 27807 del 12 giugno 2019, in Boll. n. 26/2019.

² La società sarà a breve oggetto di fusione per incorporazione in PAC 2000, cfr. C12272 - PAC2000/CONAD SICILIA del 20 dicembre 2019.

8. BDC Italia S.p.A. (di seguito, anche “BDC”) è una società veicolo costituita il 14 febbraio 2019 e soggetta al controllo di CONAD, che ne detiene il 51% del capitale sociale. La restante parte del capitale sociale è detenuta da POP18 S.a.r.l., società controllata da Time Life S.A., *holding* del gruppo WRM, attivo in numerosi ambiti, tra cui: *private equity*, ristrutturazioni aziendali e investimenti immobiliari. Il ruolo di BDC è limitato all’acquisizione e alla gestione della partecipazione in Auchan S.p.A..

9. Margherita Distribuzione S.p.A. (già Auchan S.p.A., di seguito anche “Auchan”) è una società italiana attiva nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, mediante una rete di 241³ punti vendita (di seguito, anche “pv”) gestiti direttamente o attraverso società controllate (e in particolare le società SMA S.p.A., di seguito anche “SMA”, e Società Generale Distribuzione S.p.A., di seguito anche “SDG”⁴) a insegna Simply, Punto Simply, SimplyCity, La Bottega, Auchan, My Auchan e Ipersimply, diffusi su tutto il territorio nazionale⁵. Auchan è altresì titolare di ulteriori 50 pv attualmente oggetto di affitto a favore di terzi. Risultavano inoltre affiliati a SMA 201 pv tramite contratti di *franchising* (di cui 10 scaduti nel 2019), nonché ulteriori 775 pv tramite 6 contratti di *master franchising* (di cui 3 scaduti il 1° gennaio 2020).

Auchan è altresì attiva, in misura marginale, nei settori delle vendite *on-line* e della distribuzione di carburanti.

Auchan S.p.A. è detenuta al 100% da Soldanelle SA, a sua volta soggetta al controllo della società di diritto francese Auchan Holding SA.

Nel 2018 il fatturato realizzato in Italia da Auchan è stato pari a circa [1-2]* miliardi di euro.

II. DESCRIZIONE DELL’OPERAZIONE

10. L’operazione in esame consiste nell’acquisizione da parte di BDC, società veicolo appositamente costituita e controllata da CONAD, dell’intero capitale sociale di Auchan⁶ al fine del trasferimento alle Cooperative socie, in tutto o in parte, dei pv acquisiti.

In particolare, i 241 pv gestiti direttamente da Auchan o dalle sue controllate (di seguito, “pv diretti”) nonché i 50 pv oggetto di affitto a favore di terzi (di seguito, “pv in affitto”) acquisiti da CONAD nell’ambito della presente operazione in parte sono stati o saranno trasferiti da CONAD alle singole Cooperative del sistema CONAD, sulla base della rispettiva collocazione geografica, e in parte ceduti a terzi. In particolare, le Parti hanno comunicato che in data 23 dicembre 2019 è stato

³ Ovvero i 269 pv originariamente controllati da Margherita Distribuzione S.r.l. al netto dei 28 pv oggetto di cessione a DiperDi S.r.l.. Si evidenzia, al riguardo, che nei mercati locali costituiti dalle isocrone centrate sui 28 pv in cessione al gruppo Carrefour non veniva superata la soglia di attenzione del 25% di quota di mercato aggregata tra le Parti o non si realizzavano sovrapposizioni orizzontali.

⁴ In data 12 dicembre 2019 le società SMA e SDG sono state oggetto di fusione per incorporazione in Auchan, con efficacia dal 1° gennaio 2020.

⁵ Nel contratto per l’acquisizione dell’intero capitale sociale di Auchan, sono stati previsti e poi effettuati, come adempimenti preliminari al *closing*, la cessione a terzi della partecipazione all’intero capitale sociale di IDS International Drugstore Italia s.r.l. nonché di specifici punti vendita localizzati in Sicilia (cfr. C12246 - FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA -DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, provv. n. 27949 del 15 ottobre 2019, in Boll. n. 42/2019).

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

⁶ L’acquisizione si è perfezionata in data 31 luglio 2019.

sottoscritto un accordo preliminare tra Margherita Distribuzione S.p.A. ed Esselunga S.p.A. per la cessione a quest'ultima di 6 punti vendita.

L'attuale perimetro dell'operazione concerne, pertanto, 241 pv diretti (di cui 6 in cessione a Esselunga S.p.A.) e 50 pv in affitto (complessivamente, quindi, 291 pv). Si tratta di 78 ipermercati, 169 supermercati e 44 *superette* che, sulla base dello schema di ripartizione geografica in essere all'interno del sistema CONAD, saranno, in parte, trasferiti a: CIA (massimo 105 pv), Conad Centro Nord (massimo 63 pv), PAC2000 (massimo 48 pv), Conad Adriatico (massimo 38 pv), Coop Nord Ovest (massimo 26 pv) e Conad Sicilia (massimo 5 pv).

Con riguardo ai pv in *franchising* e *master franchising* affiliati a SMA, essi non saranno trasferiti alle Cooperative in quanto tali modelli di *business* non sono compatibili con il sistema CONAD. Con riferimento a tali pv, pertanto, CONAD subentrerà nei contratti di *franchising* e *master franchising* solo fino a naturale scadenza dell'originario contratto con SMA o all'eventuale chiusura anticipata dallo stesso; i punti vendita inoltre continueranno a operare con le insegne attuali (riferibili ad Auchan) e secondo le modalità previste dal contratto in essere. I *franchisee* che vorranno associarsi, in qualità di dettaglianti, alle singole Cooperative potranno farne richiesta nel rispetto dei relativi requisiti e nelle tempistiche da definire di volta in volta tra le parti.

11. Soldanelle SA e le proprie affiliate si sono obbligate, per un periodo di tre anni dalla cessione di Auchan, ad astenersi dallo svolgere in Italia, direttamente o indirettamente, le attività di vendita all'ingrosso, gestione di ipermercati, supermercati e *superette* e qualsiasi ulteriore tipologia di distribuzione su larga scala di prodotti alimentari (incluse bevande alcoliche) e *pet food*.

III. QUALIFICAZIONE DELL' OPERAZIONE

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

13. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge⁷, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 498 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

14. In particolare, con riguardo ai punti vendita inclusi nel perimetro dell'operazione, rilevano i pv diretti e in affitto, mentre i restanti pv in *franchising* e *master franchising* non rientrano nell'operazione di concentrazione in esame. Ciò in quanto gli stessi erano legati ad Auchan e/o alle sue controllate – e ora lo saranno a CONAD – da un vincolo contrattuale di fornitura che, nel caso di specie, non appare configurare una situazione di controllo ai sensi del diritto *antitrust*.

15. Il patto di non concorrenza descritto al paragrafo 11 sarà oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria per valutarne la sua accessoria rispetto all'operazione notificata⁸.

⁷ 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.

⁸ Cfr. la "Comunicazione della Commissione in materia di restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione" (2001/C-188/03), con particolare riguardo ai paragrafi 13, 20 e 25.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

IV.1. I mercati rilevanti

16. Ai fini della valutazione della presente operazione, vengono in rilievo i mercati della vendita al dettaglio e dell'approvvigionamento di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo. Non risultano interessati dalla presente operazione altri mercati su cui le Parti sono attive (vendite *on-line* e distribuzione di carburanti), in quanto ad esito dell'operazione non si realizzano sovrapposizioni orizzontali di rilievo.

I mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

17. Secondo la prassi consolidata dell'Autorità⁹, nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO) operano, a livello nazionale, molteplici operatori, con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegata. 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.

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

19. Ad esito di un recente approfondimento istruttorio nell'ambito di un procedimento per la valutazione di un'operazione di concentrazione nel settore della GDO¹⁰, l'Autorità ha aggiornato la definizione dei mercati merceologici degli ipermercati e dei supermercati, individuandoli come segue:

- i. il mercato dei supermercati (punti vendita compresi tra 400-2.499 mq), 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 (punti vendita di dimensioni pari o superiori a 2.500 mq), composto, oltre che dagli ipermercati stessi, anche da tutti i supermercati e dai *discount*, ovvero da tutti i punti vendita con superficie a partire da 400 mq.

Rispetto alla precedente prassi dell'Autorità, pertanto, in entrambi i predetti mercati sono stati inclusi anche i *discount*; inoltre il mercato degli ipermercati è stato ampliato, aggiungendo anche i supermercati di dimensioni minori (400-1.499 mq).

⁹ Cfr. IC43 – SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, provv. n. 24465 del 24 luglio 2013, in Boll. n. 31/2013; C12246 – FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, provv. n. 28038 del 20 dicembre 2019, in Boll. n. 52/2019; C12229 - MD/21 RAMI DI AZIENDA ROBERTO ABATE, provv. n. 27788 del 16 aprile 2019, in Boll. n. 24/2019; C12177 - COMMERCianti INDIPENDENTI ASSOCIATI/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO, provv. n. 27368 del 3 ottobre 2018, in Boll. n. 39/2018; C12178 - CONAD ADRIATICO/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO, provv. n. 27369 del 3 ottobre 2018, in Boll. n. 39/2018; C11968 - COOP CENTRO ITALIA/GRANDI MAGAZZINI SUPERCONTI - SUPERCONTI SUPERMERCATI TERNI - SUPERCONTI SERVICE, provv. n. 25419 del 8 aprile 2015, in Boll. n. 14/2015.

¹⁰ Cfr. C12246 – FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, cit., para. 44-49.

20. Sulla base delle medesime evidenze raccolte nel corso della citata istruttoria – e in particolare di una *survey* condotta sulle abitudini di consumo nel settore della GDO¹¹ – è ragionevole ipotizzare un ampliamento merceologico anche per il mercato delle *superette*¹² (ossia i punti vendita compresi tra 100-399 mq), volto a includere, in prima approssimazione, anche i *discount* e i supermercati di dimensioni maggiori (1.500-2.499 mq). Tale ampliamento del mercato delle *superette* sarà in ogni caso oggetto di approfondimento nell’ambito della presente istruttoria.

21. Pertanto, per i 44 punti vendita di dimensioni inferiori ai 400 mq oggetto del presente procedimento, il mercato del prodotto interessato dall’operazione risulta quello delle *superette*; per i 169 punti vendita di dimensioni tra i 400 e i 2.499 mq, il mercato del prodotto è quello dei supermercati; per gli ulteriori 78 punti vendita, le cui dimensioni risultano dai 2.500 mq in su, il mercato del prodotto è quello degli ipermercati.

22. 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.

23. Nella recente istruttoria per la valutazione di un’operazione di concentrazione nel settore del GDO sopra citata, ad esito di uno specifico approfondimento, l’estensione geografica dei mercati dei supermercati e degli ipermercati è stata individuata nell’area delimitata da curve isocrone di 15 minuti di guida, costruite intorno ai punti vendita interessati¹³.

24. Sulla base delle medesime evidenze utilizzate in tale caso – e in particolare, ancora una volta, della *survey* condotta sulle abitudini di consumo nel settore della GDO sopra citata¹⁴ – è possibile individuare, in prima approssimazione, l’estensione geografica del mercato delle *superette* nell’area delimitata da curve isocrone di 10 minuti di guida, costruite intorno alle *superette* interessate dall’operazione. La definizione geografica del mercato delle *superette* sarà in ogni caso oggetto di approfondimento nell’ambito della presente istruttoria.

I mercati dell’approvvigionamento di beni di largo consumo alimentari e non

25. I mercati dell’approvvigionamento afferiscono agli acquisti effettuati dalle catene della GDO, che rappresentano il lato della domanda, direttamente presso produttori di beni di largo consumo alimentari e non, che costituiscono il versante dell’offerta, ai fini della rivendita nel canale della distribuzione moderna.

26. Poiché il servizio offerto dalla GDO ai consumatori consiste nella possibilità di acquistare in un unico punto vendita l’intero paniere di prodotti alimentari e non, di largo consumo e di utilizzo quotidiano, ciascuno appartenente a una categoria merceologica distinta, l’Autorità in passato ha ritenuto che potessero essere individuati diversi mercati di approvvigionamento, distinti per categorie di prodotti¹⁵. All’interno dell’offerta della GDO, è inoltre possibile distinguere i mercati

¹¹ Cfr. para. 32 (“Un elevato livello di sostituibilità si riscontra tra supermercato e superette e viceversa (rispettivamente 60% e 90%). I discount rivestono un ruolo particolare all’interno delle preferenze rilevate dei consumatori, rappresentando un’alternativa sufficientemente valida a ipermercati (56%), supermercati (55%) e superette (54%)”) in C12246 – FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, cit.

¹² Nella prassi fino a oggi adottata dall’Autorità, tale mercato risulta composto dalle stesse *superette* e dai supermercati medio-piccoli (aventi una superficie compresa tra 400 e 1.499 mq).

¹³ Cfr. C12246 FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, cit., para 50-52.

¹⁴ Cfr. para. 35 (“a livello nazionale emerge che oltre l’85% dei clienti abituali delle superette percorre un tragitto in auto al più di 10 minuti per raggiungere il punto vendita di riferimento”) in C12246 – FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, cit.

¹⁵ 1768 - CENTRALE D’ACQUISTO PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, provv. n. 25090 del 17 settembre 2014, in Boll. n. 38/2014.

dell'approvvigionamento sulla base del marchio dei prodotti (es. prodotti a marca privata o del distributore, prodotti a marchio dell'industria, prodotti *unbranded*).

27. Al fine di ottenere condizioni di maggior favore in relazione alle quantità domandate per i prodotti a marchio dell'industria, è frequente l'aggregazione tra catene della GDO (in forma di associazione di imprese e medi-grandi consorzi) nelle c.d. "centrali di acquisto"¹⁶. Quest'ultime hanno, negli ultimi anni, posto in essere un percorso di aggregazione con soggetti omologhi tramite accordi di natura internazionale al fine di ottimizzare la negoziazione con produttori aventi carattere multinazionale.

28. I mercati dell'approvvigionamento hanno generalmente dimensione nazionale, effettuandosi a livello nazionale sia gli acquisti che le relative negoziazioni. Possono far eccezione alcune categorie di prodotti freschi o di tipicità locale, caratterizzati da mercati di dimensione più circoscritta, che tuttavia sono generalmente esclusi dall'ambito di contrattazione delle centrali d'acquisto.

IV.II. Gli effetti dell'operazione

I mercati della vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo

29. Per effetto della concentrazione sopra descritta, sulla base dei dati contenuti nel *report* Nielsen GNLC – edizione settembre 2018, la catena a insegna CONAD, attualmente la seconda catena della GDO a livello italiano con una quota del 12,9% sul fatturato nazionale, diverrebbe la prima con una quota del 18,5%. L'incremento di quota nazionale ascrivibile all'operazione sarebbe pertanto del 5,6%. Le principali catene concorrenti a livello nazionale sono costituite da Coop (13,8%), Selex (9,9%) ed Esselunga (9%).

30. A livello locale, l'operazione notificata determina significative sovrapposizioni orizzontali fra le attività delle Parti in numerosi mercati della vendita al dettaglio.

31. Le operazioni in esame risultano infatti suscettibili di determinare sovrapposizioni orizzontali significative in 10 mercati locali delle *superette* (v. Tabella 1), 65 mercati locali dei supermercati (v. Tabella 2) e 26 mercati locali degli ipermercati (v. Tabella 3), costituiti dalle isocrone centrate sui pv elencati nelle tabelle che seguono. In tali mercati locali, le quote *post merger* delle Parti¹⁷, calcolate sulla base della definizione dei mercati rilevanti di cui al precedente paragrafo IV.I., si collocano su livelli superiori al 25%¹⁸, con incrementi ascrivibili alla concentrazione in esame ritenuti non trascurabili. Non si esclude tuttavia che, in esito all'acquisizione di ulteriori elementi informativi nel corso dell'istruttoria, le quote di mercato e gli ambiti locali suscettibili di determinare preoccupazioni concorrenziali possano in parte modificarsi.

32. Si evidenzia che in nessuno dei mercati locali costituiti dalle isocrone centrate sui pv in cessione all'operatore concorrente Esselunga S.p.A. viene superata la soglia di attenzione del 25% di quota di mercato aggregata tra le Parti.

¹⁶ Cfr. IC43 – SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, cit.

¹⁷ Le quote in valore sono state calcolate sulla base dei dati forniti dalla parte relativi al fatturato realizzato, nel 2018, da ciascun pv proprio, acquisito e dei concorrenti.

¹⁸ Cfr. Regolamento (CE) del Consiglio n. 139/2004 del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese, par. 32: "Le concentrazioni possono essere presunte compatibili con il mercato comune qualora, data la modesta quota di mercato delle imprese interessate, non siano tali da ostacolare la concorrenza effettiva. Fatti salvi gli articoli 81 [101 TFUE] e 82 [102 TFUE] del trattato, un'indicazione in tal senso sussiste qualora la quota di mercato delle imprese interessate non sia superiore al 25% né nel mercato comune né in una sua parte sostanziale".

Tabella n. 1 – Mercati locali delle *superette* dove si verificano sovrapposizioni significative

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato catena Conad	Quota di mercato Auchan	Quota di mercato aggregata Parti
1	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
2	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
3	PUNTO SIMPLY [omissis] VI	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
4	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[30-35%]	[20-25%]	[50-55%]
5	PUNTO SMA [omissis] FC	[40-45%]	[5-10%]	[45-50%]
6	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[15-20%]	[35-40%]	[55-60%]
7	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]
8	PUNTO SIMPLY [omissis] MC	[30-35%]	[1-5%]	[35-40%]
9	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[30-35%]	[20-25%]	[50-55%]
10	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]

Fonte: le Parti. Elaborazioni: AGCM.

Tabella n. 2 – Mercati locali dei supermercati dove si verificano sovrapposizioni significative

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato catena Conad	Quota di mercato Auchan	Quota di mercato aggregata Parti
1	SIMPLY [omissis] FC	[50-55%]	[1-5%]	[55-60%]
2	SMA [omissis] MC	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
3	SIMPLY [omissis] PE	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
4	IPERSIMPLY [omissis] TE	[15-20%]	[10-15%]	[30-35%]
5	MY AUCHAN [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
6	SIMPLY [omissis] AN	[1-5%]	[30-35%]	[30-35%]
7	SIMPLY [omissis] RN	[75-80%]	[1-5%]	[80-85%]
8	IPERSIMPLY [omissis] PE	[25-30%]	[15-20%]	[45-50%]
9	SIMPLY [omissis] PE	[20-25%]	[15-20%]	[35-40%]
10	MYAUCHAN [omissis] PC	[5-10%]	[15-20%]	[25-30%]
11	SIMPLY [omissis] PR	[40-45%]	[15-20%]	[60-65%]

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato catena Conad	Quota di mercato Auchan	Quota di mercato aggregata Parti
12	PUNTO SIMPLY [omissis] C	[30-35%]	[1-5%]	[35-40%]
13	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]
14	SIMPLY CITY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
15	SIMPLY CITY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
16	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
17	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]
18	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]
19	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
20	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]
21	SIMPLY CITY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
22	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]
23	SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]
24	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
25	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]
26	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
27	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]
28	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]
29	SIMPLY [omissis] RM	[30-35%]	[1-5%]	[35-40%]
30	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[15-20%]	[35-40%]
31	SIMPLY [omissis] BG	[5-10%]	[20-25%]	[30-35%]
32	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]
33	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]
34	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
35	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
36	SIMPLY [omissis] BS	[1-5%]	[25-30%]	[30-35%]
37	SIMPLY [omissis] MI	[50-55%]	[15-20%]	[65-70%]
38	SIMPLY [omissis] BS	[1-5%]	[35-40%]	[35-40%]
39	IPERSIMPLY [omissis] BS	[1-5%]	[35-40%]	[35-40%]

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato catena Conad	Quota di mercato Auchan	Quota di mercato aggregata Parti
40	SIMPLY [omissis] BS	[1-5%]	[25-30%]	[30-35%]
41	AUCHAN [omissis] BS	[1-5%]	[25-30%]	[30-35%]
42	AUCHAN [omissis] BS	[1-5%]	[20-25%]	[25-30%]
43	SIMPLY [omissis] PU	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
44	PUNTO SIMPLY [omissis] PU	[35-40%]	[1-5%]	[35-40%]
45	SIMPLY [omissis] Pesaro PU	[35-40%]	[1-5%]	[35-40%]
46	IPERSIMPLY [omissis] AN	[10-15%]	[20-25%]	[30-35%]
47	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[40-45%]	[50-55%]
48	SIMPLY [omissis] PU	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
49	SIMPLY [omissis] AN	[1-5%]	[30-35%]	[35-40%]
50	SIMPLY [omissis] PU	[5-10%]	[35-40%]	[40-45%]
51	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
52	SIMPLY [omissis] FM	[15-20%]	[15-20%]	[35-40%]
53	IPERSIMPLY [omissis] MC	[5-10%]	[15-20%]	[25-30%]
54	SIMPLY [omissis] PG	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]
55	IPERSIMPLY [omissis] PE	[25-30%]	[15-20%]	[40-45%]
56	PUNTO SIMPLY [omissis] VE	[40-45%]	[10-15%]	[50-55%]
57	SIMPLY [omissis] BS	[1-5%]	[20-25%]	[25-30%]
58	SIMPLY [omissis] FM	[5-10%]	[20-25%]	[25-30%]
59	SIMPLY [omissis] FC	[25-30%]	[1-5%]	[30-35%]
60	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[15-20%]	[25-30%]
61	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[20-25%]	[30-35%]
62	SIMPLY CITY [omissis] FC	[50-55%]	[1-5%]	[55-60%]
63	PUNTO SIMPLY [omissis] PU	[25-30%]	[40-45%]	[65-70%]
64	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
65	SIMPLY [omissis] AP	[5-10%]	[15-20%]	[25-30%]

Fonte: le Parti. Elaborazioni: AGCM.

Tabella n. 3 – Mercati locali degli ipermercati dove si verificano sovrapposizioni significative

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato catena Conad	Quota di mercato Auchan	Quota di mercato aggregata Parti
1	AUCHAN [omissis] LO	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]
2	AUCHAN [omissis] FM	[15-20%]	[15-20%]	[30-35%]
3	AUCHAN [omissis] CA	[25-30%]	[15-20%]	[40-45%]
4	AUCHAN [omissis] OT	[20-25%]	[25-30%]	[45-50%]
5	AUCHAN [omissis] NA	[20-25%]	[25-30%]	[40-45%]
6	AUCHAN [omissis] PE	[30-35%]	[20-25%]	[50-55%]
7	AUCHAN [omissis] NA	[15-20%]	[25-30%]	[40-45%]
8	AUCHAN [omissis] TO	[5-10%]	[20-25%]	[25-30%]
9	SIMPLY [omissis] LT	[25-30%]	[1-5%]	[30-35%]
10	IPERSIMPLY [omissis] MN	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
11	IPERSIMPLY [omissis] TE	[5-10%]	[15-20%]	[25-30%]
12	AUCHAN [omissis] PE	[35-40%]	[10-15%]	[45-50%]
13	AUCHAN [omissis] NA	[25-30%]	[30-35%]	[55-60%]
14	AUCHAN [omissis] RM	[40-45%]	[35-40%]	[75-80%]
15	SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]
16	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[1-5%]	[30-35%]
17	IPERSIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
18	AUCHAN [omissis] BS	[5-10%]	[20-25%]	[30-35%]
19	AUCHAN [omissis] RM	[15-20%]	[20-25%]	[35-40%]
20	IPERSIMPLY [omissis] LO	[10-15%]	[35-40%]	[50-55%]
21	AUCHAN [omissis] BS	[5-10%]	[20-25%]	[25-30%]
22	AUCHAN [omissis] SS	[20-25%]	[15-20%]	[40-45%]
23	AUCHAN [omissis] CA	[25-30%]	[10-15%]	[35-40%]
24	AUCHAN [omissis] PA	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
25	AUCHAN [omissis] PA	[10-15%]	[30-35%]	[45-50%]
26	AUCHAN [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[30-35%]

Fonte: le Parti. Elaborazioni: AGCM.

33. Considerato il livello aggregato delle quote - che si attestano, in alcune aree, ben al di sopra del 50% - unitamente alla rilevante e capillare presenza di punti vendita del sistema CONAD sul

territorio nazionale e all'importanza e notorietà delle insegne dei punti vendita acquisiti, si ritiene che l'operazione in esame possa ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei 101 mercati locali della vendita al dettaglio sopra individuati, a danno dei consumatori, determinando il rafforzamento o la costituzione di una posizione dominante.

I mercati dell'approvvigionamento di beni di largo consumo alimentari e non

34. Con riguardo ai mercati dell'approvvigionamento, la posizione di CONAD all'esito della concentrazione può essere approssimata dalla somma delle quote delle vendite effettuate a livello nazionale dalle imprese aderenti alla centrale di acquisto CONAD – Finiper (14,9%) e di quelle realizzate da Auchan e dalle altre catene aderenti alla centrale di acquisto Gruppo Levante (complessivamente 9%)¹⁹. La quota di CONAD nel mercato degli approvvigionamenti è, pertanto, stimabile, sulla base dei dati forniti dalle Parti, in circa il 24%, tale da consentire a CONAD di divenire il primo operatore del mercato, seguito da ESD Italia (20%) e Coop Italia (13%).

35. Il potere di mercato di una centrale d'acquisto nei mercati dell'approvvigionamento deve essere valutato anche tenendo conto delle quote di mercato che le imprese aderenti detengono congiuntamente nei mercati locali della GDO: la distribuzione delle quote di vendita sul territorio può infatti influenzare il potere contrattuale della centrale in fase di acquisto: un'impresa produttrice che voglia garantirsi una presenza diffusa in tutte le aree geografiche, ad esempio, è in qualche misura "obbligata" a relazionarsi con le imprese distributive che detengono posizioni di forza anche su pochi mercati a valle.

36. In considerazione della circostanza che CONAD, ad esito della concentrazione, costituirà il primo operatore sui mercati dell'approvvigionamento e le Cooperative del sistema CONAD deterranno quote particolarmente rilevanti in alcuni mercati locali della vendita al dettaglio, l'operazione in esame risulta suscettibile di determinare preoccupazioni concorrenziali in relazione al possibile rafforzamento o alla costituzione di una posizione dominante nei mercati dell'approvvigionamento.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante nei mercati dell'approvvigionamento nonché in una pluralità di mercati locali della vendita al dettaglio della GDO, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza sui medesimi mercati;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti delle società BDC Italia S.p.A. e CONAD Consorzio Nazionale Dettaglianti Soc. Coop., Pac2000A Soc. Coop., Conad Nord Ovest Soc. Coop., Commercianti Indipendenti Associati Soc. Coop., Conad Centro Nord Soc. Coop., Conad Adriatico Soc. Coop., Conad Sicilia Soc. Coop.;

b) la fissazione del termine di giorni dieci, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei legali rappresentanti delle Parti, ovvero da persone da esse delegate, del diritto di essere sentiti, ai sensi dell'articolo 14, comma 1, della legge n. 287/90, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Agroalimentare, Farmaceutico e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

¹⁹ Con la quale il rapporto contrattuale è ancora in essere.

- c) che il responsabile del procedimento è la dott.ssa Bianca Maria Cammino;

- d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare, Farmaceutico e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali delle Parti, nonché dai soggetti aventi un interesse giuridicamente rilevante o da persona da essi delegata;

- e) che il procedimento deve concludersi entro quarantacinque giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli
