

## **C11799 – BOLTON ALIMENTARI/SIMMENTHAL**

Provvedimento n. 23987

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 23 ottobre 2012;

SENTITO il Relatore Professor Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Bolton Alimentari S.p.A., pervenuta in data 5 ottobre 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

1. Bolton Alimentari S.p.A. (di seguito, Bolton) è una società a responsabilità limitata di diritto italiano, a capo dell'omonimo gruppo attivo a livello mondiale nella produzione e commercializzazione di un vasto assortimento di prodotti di largo consumo, tra cui prodotti alimentari, prodotti per la pulizia della casa, prodotti cosmetici e per la cura della persona, adesivi e colle.<sup>1</sup> Nello specifico, Bolton produce e commercializza in Italia sia prodotti in scatola a base di carne, in particolare conserve di carne di bovino in gelatina e trippa al sugo di pomodoro, attraverso il marchio "Manzotin", sia conserve ittiche a base di tonno, salmone, sgombrì e, in minima parte, a base di sardine e acciughe con i marchi Rio Mare e Palmera.

Nel 2011 il fatturato a livello mondiale del gruppo Bolton di [1-2]<sup>2</sup> miliardi di euro, di cui [700-1.000] milioni realizzati in Italia.

2. Oggetto della presente operazione è il ramo d'azienda (di seguito, SIMMENTHAL) facente capo al gruppo Kraft<sup>3</sup>, costituito da tutti gli *assets* materiali ed immateriali funzionali alla produzione e commercializzazione dei prodotti a marchio "Simmenthal". In particolare, il ramo d'azienda include: marchi, ricette, modelli e diritti ad essi collegati, compresi i diritti di proprietà intellettuale; lo stabilimento produttivo situato ad Aprilia (Latina); i contratti collegati alla produzione, commercializzazione e vendita dei prodotti, nonché il personale impiegato nel ramo d'azienda.<sup>4</sup>

In particolare, SIMMENTHAL produce e commercializza, in Italia: conserve di carne di bovino in gelatina; carne di pollo in gelatina; trippa al sugo di pomodoro (con il marchio "Simmenthal"); insalate in scatola di carne di pollo (commercializzate con il marchio "Gustose"); paté di bovino, di tonno e di prosciutto (commercializzate con il marchio "Spunti").

Il fatturato realizzato da SIMMENTHAL è stato, a livello mondiale, superiore alla soglia dei 47 milioni di euro, quasi interamente realizzati in Italia.

### **II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE**

3. L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di Bolton del ramo d'azienda SIMMENTHAL attualmente soggetto al controllo esclusivo delle società appartenenti al Gruppo Kraft, e precisamente di Kraft Foods Europe GmbH, di Kraft Foods Europe Procurement GmbH, di Kraft Foods Italia Intellectual Property S.r.l., di Kraft Foods Italia Production S.r.l., di Kraft Foods Italia Services S.r.l. e di Kraft Foods Italia S.r.l. (in seguito, tutte assieme "Kraft").

### **III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE**

4. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'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 medesima legge, in quanto sia il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato

---

<sup>1</sup> [Nei diversi mercati di riferimento, Bolton è presente con marchi particolarmente noti ai consumatori, quali, nel settore alimentare, "Rio Mare", "Palmera", "Alco", "Manzotin", "Petreet"; nel settore dell'igiene della casa, "Omino Bianco", "WC Net", "Smac", "Vetrol"; nei settori dei cosmetici e dei prodotti per la cura della persona, "Collistar", "Neutro Roberts", "Borotalco", "Chilly", "Somatoline"; nel settore degli adesivi e delle colle, "UHU", "Bison", "Bostik".]

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

<sup>3</sup> [Il Gruppo Kraft, il cui controllo è detenuto da Kraft Foods Inc., è attivo a livello mondiale in circa 170 Paesi nella produzione e commercializzazione di un vasto assortimento di prodotti alimentari, tra cui: biscotti, dolci, bevande, formaggi, prodotti alimentari e cibi pronti.]

<sup>4</sup> [Gli *assets* che costituiscono il ramo d'azienda « Simmenthal » sono attualmente detenuti da distinte società, tutte appartenenti al Gruppo Kraft, e segnatamente da Kraft Foods Italia Production S.r.l., da Kraft Foods Europe Procurement GmbH, da Kraft Foods Italia Services S.r.l., da Kraft Foods Italia S.r.l., da Kraft Foods Italia Intellectual Property S.r.l. e da Kraft Foods Europe GmbH.]

superiore a 474 milioni di euro, sia il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'impresa di cui è prevista l'acquisizione è stato superiore a 47 milioni di euro.

#### IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

5. L'operazione interessa tanto il settore della carne lavorata che, secondo la prassi decisionale della Commissione Europea, è rappresentato dalla *"carne di mammiferi e volatili combinata con ingredienti quali sale, spezie e che può essere cruda, essiccata, affumicata e cotta"* quanto, in misura marginale, il settore delle conserve ittiche (in particolare nei paté a base di tonno). A tale riguardo si osserva tuttavia che, in considerazione della quota molto ridotta - inferiore all'1% - detenuta nel 2011 da SIMMENTHAL nella produzione e commercializzazione di paté a base di tonno, l'operazione non risulta idonea a produrre effetti in tale ultimo settore.

##### **a) I mercati rilevanti**

6. Con riguardo al settore della carne lavorata, le attività in cui si realizza una sovrapposizione orizzontale tra Bolton e SIMMENTHAL sono la produzione e commercializzazione in Italia di conserve di carne di bovino in gelatina e di conserve di trippa al sugo, cedute sul mercato rispettivamente con i marchi "Manzotin" e "Simmenthal". Nei suoi precedenti, la Commissione Europea, pur lasciando aperta la definizione dei mercati rilevanti ha, tuttavia, ritenuto possibile individuare distinti mercati in relazione: *i)* al canale distributivo attraverso cui i prodotti vengono immessi sul mercato al consumo; *ii)* alla modalità di consumo della carne (i.e. prodotto pronto al consumo o da cucinare); *iii)* alla tipologia di conservazione e, quindi, alla tipologia di confezione usata (prodotto fresco, sotto conserva, congelato e, quindi, in scatola, in busta etc.). Inoltre, la Commissione ha distinto il mercato anche in base al tipo di carne oggetto di lavorazione (bovino, maiale o pollame) e, per ogni categoria di carne, anche in relazione al tipo di prodotto (i.e. carne lavorata, conserve di carne, paté, piatti pronti etc.).<sup>5</sup>

7. Nell'ambito del mercato delle conserve di carne di bovino, si può distinguere fra conserve senza gelatina, dette anche *corned beef*, e conserve di carne in gelatina; queste ultime costituiscono una peculiarità del mercato nazionale, rappresentando il [90-95%] delle vendite.

Con riguardo alle conserve di trippa al sugo appare, *prima facie*, possibile individuare un distinto mercato del prodotto in ragione delle evidenti differenze nel tipo di prodotto, nella modalità di consumo e nel prezzo.

In prima approssimazione, l'operazione riguarda, quindi, i mercati della produzione e commercializzazione di: *i)* conserve di carne di bovino con e senza gelatina; e *ii)* conserve di trippa al sugo.

8. Tutti i prodotti sono distribuiti principalmente attraverso il canale *retail* nelle sue diverse specifiche (grande distribuzione organizzata - GDO - tra cui il canale *discount*, e la distribuzione tradizionale). Nell'ambito del canale *retail*, secondo quanto rappresentato dalle parti, la GDO rappresenta di gran lunga il principale canale distributivo (pesando per non meno del 90% del mercato del mercato).

9. Dal punto di vista geografico, in linea con un consolidato orientamento della Commissione Europea, i mercati in esame presentano una dimensione nazionale in considerazione, tra l'altro, della specificità dei gusti e delle abitudini dei consumatori in ciascun Paese, nonché del fatto che i consumi nazionali sono, in larga misura, soddisfatti dalla produzione nazionale.<sup>6</sup>

##### **b) Le caratteristiche dei mercati rilevanti**

###### **b.1) Il mercato delle conserve di carne di bovino**

10. Nel 2011, le vendite di conserve di carne di bovino in Italia sono state, in volume, pari a [15.000-20.000] tonnellate, per un fatturato complessivo di circa [150-200] milioni di euro. Rispetto all'anno precedente il mercato mostra una contrazione in volume (-5%) a fronte, tuttavia, di un sostanziale mantenimento del fatturato in valore (+2%). I prezzi medi hanno registrato un incremento generalizzato (+6%), peraltro più marcato nel canale della grande distribuzione organizzata (+8% solo per le conserve di carne in gelatina) e per i prodotti a marchio "Simmenthal", *leader* di mercato, "Manzotin" e le *private label* (tra il +8% e +10%). Nel 2011, i prezzi medi delle conserve di carne in gelatina oscillavano tra i [5-10] e i [10-15] euro, mentre quelli delle conserve di carne senza gelatina tra i [5-10] e i [10-15] euro, con una dispersione ancora più accentuata tra i diversi marchi. Nello stesso periodo, le promozioni hanno riguardato in media una quota del [15-20%] dei volumi venduti, che si è mantenuta sostanzialmente stabile nel tempo con differenze tuttavia significative sia *interbrand* (tra diversi marchi) che *intra-brand* (tra stesso marchio nel tempo) e per canale.

Nel 2011, i prezzi medi delle conserve di carne in gelatina oscillavano tra i [5-10] e i [10-15] euro, mentre quelli delle conserve di carne senza gelatina tra i [1-5] e i [10-15] euro, con una dispersione ancora più accentuata tra i diversi marchi.

11. La struttura dell'offerta si presenta concentrata ed asimmetrica e caratterizzata dalla presenza di importanti prodotti a marchio ("Simmenthal", "Manzotin" e "Montana"). In particolare, come si evince dalle tabelle che seguono (A e B), i primi i tre marchi noti controllano stabilmente l'[80-85%] delle vendite di conserve di carne (più di [85-

<sup>5</sup> [Cfr. Caso COMP/M.6143 - PRINCES / PREMIER FOODS CANNED GROCERY OPERATIONS del 05/04/11.]

<sup>6</sup> [Cfr. per tutti i provv. n. 17760 del 20 dicembre 2007, C8971 - Bolton Alimentari/Rami d'azienda di brands, in Boll. n. 48/07 e provv. n. 23873 del 6 settembre 2012, C11589 - Bolton Group International/Luis Calvo Sanz, in Boll. n. 36/12.]

90%] in valore). L'indice HHI è leggermente diminuito nell'ultimo triennio mantenendosi, comunque, su valori molto elevati (nel 2011, [3.000-3.500] in volume e quasi [4.500-5.000] in valore).<sup>7</sup>

Inoltre, la presenza di una pluralità di marchi minori è riconducibile quasi esclusivamente al gruppo Cremonini/Inalca, che li distribuisce attraverso il canale *discount*, o alla grande distribuzione organizzata (GDO), che commercializza il prodotto con *private label*. Altri concorrenti come Tulip e Star detengono quote marginali, non superiori a [1-5%] ciascuno in volume e valore.

**Tab. A. Quote in volume conserve di carne di bovino (%)**

| Gruppo   | 2009             | 2010             | 2011             |
|--|------------------|------------------|------------------|
| KRAFT  | [60-65%]         | [55-60%]         | [55-60%]         |
| BOLTON   | [10-15%]         | [10-15%]         | [5-10%]          |
| Gruppo Cremonini/INALCA (Montana+altri marchi) | [15-20%]         | [15-20%]         | [15-20%]         |
| PL   | [5-10%]          | [10-15%]         | [10-15%]         |
| CELEBRITY                                      | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% |
| STAR   | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% |
| TULIP  | [1-5%]           | [1-5%]           | [1-5%]           |

Fonte: dati forniti dalla Parte in notifica

**Tab. B. Quote in valore conserve di carne di bovino (%)**

| Gruppo   | 2009             | 2010             | 2011             |
|--|------------------|------------------|------------------|
| KRAFT  | [70-75%]         | [65-70%]         | [65-70%]         |
| BOLTON   | [10-15%]         | [5-10%]          | [5-10%]          |
| Gruppo Cremonini/INALCA (Montana+altri marchi) | [10-15%]         | [10-15%]         | [10-15%]         |
| PL   | [5-10%]          | [5-10%]          | [5-10%]          |
| CELEBRITY                                      | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% |
| STAR   | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% |
| TULIP  | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% | Inferiore all'1% |

12. Dal lato dell'approvvigionamento, la materia prima necessaria alla produzione di conserve di carne risulta generalmente disponibile a livello internazionale; in particolare, i principali canali di importazione sono rappresentati dall'Argentina e dal Brasile.

Sotto il profilo tecnologico non tutti gli impianti produttivi sono attrezzati per la cottura della materia prima; quindi, nella maggior parte dei casi, la carne viene importata sotto forma di blocchi di carne precotta e congelata.

13. Sotto il profilo delle barriere all'accesso alla produzione, le attività di conserva e di inscatolamento del prodotto, pur essendo tecnologicamente mature, presentano, per le conserve di carne di bovino in gelatina, la necessità di investimenti specifici per la produzione di brodo e gelatina. Come evidenziato, le conserve in gelatina sono una specificità nazionale: solo Kraft, Bolton e il gruppo Cremonini/Inalca detengono *asset* produttivi in Italia e nessun nuovo operatore ha fatto ingresso in tale fase del processo produttivo. Gli altri operatori, attivi in Italia, commercializzano il prodotto già confezionato dall'estero o in virtù di contratti di fornitura con i produttori nazionali (principalmente Kraft e il gruppo Cremonini/Inalca).

## **b.2) Il mercato delle conserve di trippa al sugo**

14. Il mercato della trippa al sugo appare di dimensioni di gran lunga più contenute, con volumi complessivi, nel 2011, che superano di poco [1.000-1.100] tonnellate, per un fatturato in valore inferiore ai [5-10] milioni di euro. Anche in questo mercato, a fronte di una contrazione della domanda, il fatturato è rimasto pressoché stabile. I prezzi medi presentano una significativa variabilità tra gli operatori, oscillando da un minimo di [1-5] euro ad un massimo di [10-15] euro.

15. Anche il mercato delle conserve di trippa al sugo si presenta particolarmente concentrato e connotato dalla presenza dei medesimi operatori Kraft (con il marchio "Simmenthal"), Bolton (con il marchio "Manzotin") e il gruppo Cremonini/Inalca (con il marchio "Montana"). In particolare, come si evince dalle tabelle che seguono (A e B), i primi tre marchi noti controllano stabilmente il [85-90%] circa delle vendite in volume e il [90-95%] circa in valore.

**Tab. A. Quote in volume conserve di trippa al sugo (%)**

|   | 2010     | 2011     |
|---|----------|----------|
| KRAFT                                   | [60-65%] | [55-60%] |
| BOLTON                                  | [15-20%] | [15-20%] |
| Gruppo Cremonini/INALCA (Montana+altri) | [10-15%] | [10-15%] |

**Tab. B. Quote in valore conserve di trippa al sugo (%)**

|   | 2010     | 2011     |
|---|----------|----------|
| KRAFT                                   | [65-70%] | [65-70%] |
| BOLTON                                  | [15-20%] | [15-20%] |
| Gruppo Cremonini/INALCA (Montana+altri) | [5-10%]  | [5-10%]  |

<sup>7</sup> [Il valore di HHI è sempre positivo e al massimo è pari a 10.000, nel caso vi sia un solo operatore nel mercato. Secondo le "US Merger Guidelines", un valore di HHI compreso tra 1.000 e 1.800 indica un mercato moderatamente concentrato, mentre un valore superiore ne indica uno fortemente concentrato.]

|         |          |          |
|---------|----------|----------|
| marchi) |          |          |
| PL      | [10-15%] | [10-15%] |

Fonte: dati forniti dalla Parte in notifica

|         |         |         |
|---------|---------|---------|
| marchi) |         |         |
| PL      | [5-10%] | [5-10%] |

16. Anche in questo mercato l'indice HHI assume valori estremamente significativi: di [4000-4.500] in volume e [4.500-5.000] in valore.

#### c) Gli effetti dell'operazione

17. L'acquisizione del ramo d'azienda SIMMENTHAL da parte di Bolton si configura come l'acquisizione dell'operatore *leader* di mercato da parte di uno degli unici due operatori a marchio noto attivi nel settore. L'operazione appare, quindi, suscettibile di produrre: *i)* un impatto diretto sul contesto competitivo nei mercati dove si verificherà una significativa sovrapposizione orizzontale tra le parti e *ii)* un impatto indiretto di disciplina della pressione competitiva esercitabile dal lato della domanda da parte della grande distribuzione organizzata (GDO).

18. Nel mercato delle conserve di carne di bovino, le quote *post-merger* attribuibili alla nuova entità Bolton-SIMMENTHAL saranno significative e pari a [65-70%] circa in volume e a [75-80%] circa in valore. Anche nel mercato delle conserve di trippa al sugo, le Parti verranno a detenere quote congiunte rilevante e pari a [75-80%] circa in volume e a [80-85%] circa in valore.

19. Oltre alla significativa sovrapposizione orizzontale tra le attività di Bolton e SIMMENTHAL, va considerato che l'acquisizione della titolarità del marchio "Simmenthal", *leader* storico nel mercato, rafforzerebbe senz'altro la posizione di interlocutore di riferimento di Bolton per la GDO, che costituisce il principale canale di commercializzazione dei prodotti in esame. L'ulteriore ingresso di un marchio noto nel portafoglio della società acquirente<sup>8</sup> consentirà a Bolton di controllare la sostanziale totalità dei principali prodotti a marchi noti nelle conserve di carne di bovino con un innegabile vantaggio competitivo nella negoziazione.

L'esercizio del potere di mercato conseguente alla presente operazione potrà essere esercitato sia con riguardo al riposizionamento negli spazi commerciali dei due marchi quanto in termini di definizione dei prezzi dei prodotti in esame. Il *target* di consumo dei marchi di SIMMENTHAL e di Bolton è già oggi il segmento superiore dell'offerta (c.d. *premium e intermedio alto*), laddove i principali marchi concorrenti e le stesse *private label* della GDO sviluppano, nei medesimi canali distributivi, la propria offerta commerciale nei diversi segmenti di prezzo mediano o inferiore.

Sotto questo profilo, oltre al rischio che l'esercizio del potere di mercato da parte della società acquirente determini un innalzamento specifico dei prezzi dei relativi prodotti a marchio<sup>9</sup> senza che la concorrenza possa esercitare una adeguata pressione concorrenziale, vi potrebbe anche essere anche quello di un aumento generalizzato dei prezzi del prodotto per tutti i diversi segmenti di mercato.

20. Per le stesse ragioni (significativi volumi prodotti e commercializzati e forza contrattuale) l'operazione potrebbe essere destinata a produrre anche effetti verticali nei mercati rilevanti in considerazione del vantaggio competitivo che la nuova entità potrà detenere nella fase di approvvigionamento della materia prima rispetto ai concorrenti minori.

#### d) Conclusioni

21. Alla luce delle considerazioni sopra riportate, la realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame appare suscettibile di determinare una significativa concentrazione dell'offerta ed il rischio di possibili effetti restrittivi della concorrenza conseguenti alla costituzione o al rafforzamento di una posizione caratterizzata da notevole potere di mercato in capo a Bolton.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame, consistente nell'acquisizione da parte di Bolton del ramo d'azienda SIMMENTHAL, sia suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la creazione o il rafforzamento di una posizione dominante, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nei mercati della produzione e commercializzazione delle conserve di carne di bovino e delle conserve di trippa in sugo;

#### DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti della società Bolton Alimentari S.p.A.;

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

<sup>8</sup> [Si rammenta che Bolton ha di recente acquisito una quota di controllo del gruppo Calvo, attivo essenzialmente nelle conserve ittiche di tonno e salmone con il marchio Nostromo; cfr. provv. n. 23873 del 6 settembre 2012, cit.]

<sup>9</sup> [Poiché Bolton acquisisce il marchio leader, percepito dai consumatori come marchio di qualità, l'incentivo per la nuova entità post merger di aumentare i prezzi anche in misura significativa appare più ampio in ragione della circostanza che Bolton potrebbe essere in grado di recuperare, almeno in parte, con il marchio leader le perdite di volume conseguenti ad incrementi di prezzo, in particolare del proprio marchio.]

pervenire alla Direzione Agroalimentare e Trasporti della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Federica Manca;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare 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 verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

p. IL SEGRETARIO GENERALE  
*Mauro La Noce*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*