

*Provvedimento n. 7725 ( I397 )*

## **SVILUPPO DISCOUNT/GESTIONE DISCOUNT**

### *L'AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO*

NELLA SUA ADUNANZA del 17 novembre 1999;

SENTITO il Relatore Professor Giuseppe Tesauo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO l'atto della società Sviluppo Discount Spa, pervenuto in data 28 aprile 1999;

VISTE le richieste di informazioni inviate in data 27 maggio 1999 e 9 luglio 1999;

VISTE le informazioni della società Sviluppo Discount Spa, pervenute in data 10 giugno 1999 e 20 luglio 1999;

VISTA la propria delibera del 10 agosto 1999 con la quale ha stabilito il non luogo a provvedere in relazione alla fattispecie concentrativa, con riserva di valutare la fattispecie come intesa, ai sensi dell'articolo 2 della legge n. 287/90;

CONSIDERATO quanto segue:

#### **I. IL FATTO**

##### **1. Le parti**

SVILUPPO DISCOUNT Spa, con sede a Milano, è una società attiva nella grande distribuzione commerciale di prodotti alimentari e di altri beni di largo consumo nell'Italia Centro-Settentrionale. In particolare, SVILUPPO DISCOUNT opera nella vendita al dettaglio mediante punti vendita gestiti secondo la formula *discount* con insegna *Dico*.

SVILUPPO DISCOUNT è partecipata da NOVACOOP Srl (19%), da COOP LOMBARDIA Srl (19%), da COOP LIGURIA Srl (19%), da COOP ADRIATICA Srl (5%), da COOP NORD-EST Srl (19%) e, indirettamente, da COOP ESTENSE Srl (19%). Tali società aderiscono tutte al Consorzio Nazionale COOPITALIA e operano nel settore della distribuzione di prodotti alimentari e di altri beni di largo consumo mediante supermercati e ipermercati a insegna *Coop* e *IperCoop*.

Complessivamente, NOVACOOP, COOP LOMBARDIA, COOP LIGURIA, COOP ADRIATICA, COOP NORD-EST e COOP ESTENSE nel 1997 hanno realizzato un fatturato di circa 7.000 miliardi di lire.

Il fatturato realizzato da SVILUPPO DISCOUNT nel 1998 è stato di circa 195 miliardi di lire.

GESTIONE DISCOUNT Spa, con sede a Follonica (Gr), è una società attiva nella grande distribuzione commerciale di prodotti alimentari e di altri beni di largo consumo nel Lazio e in Campania. In particolare, GESTIONE DISCOUNT opera nella vendita al dettaglio mediante punti vendita gestiti secondo la formula *discount* con insegna *Dicoop*.

GESTIONE DISCOUNT è controllata da COOP TOSCANA LAZIO Srl, società cooperativa aderente a COOP ITALIA, che opera nel settore della distribuzione commerciale di generi alimentari e di altri

beni di largo consumo attraverso punti vendita della distribuzione moderna localizzati in Toscana, nel Lazio e in Campania.

Il fatturato realizzato da COOP TOSCANA LAZIO nel 1997 è stato di circa 919 miliardi di lire. Il fatturato realizzato da GESTIONE DISCOUNT nel 1998 è stato di circa 157 miliardi di lire.

COOP ITALIA Srl funge da centrale d'acquisto per tutte le cooperative socie, è proprietaria del marchio *Coop* utilizzato dalle imprese aderenti al consorzio, gestisce iniziative promozionali legate a tale marchio, definisce e controlla gli standard qualitativi dei prodotti forniti alle singole cooperative. Inoltre, lo statuto di COOP ITALIA individua una serie di aree di attività idonee alla realizzazione degli obiettivi statutari, tra le quali importazione, trasporto, stagionatura e conservazione di merci, impianto e conduzione di magazzini e depositi, miglioramento della produzione e lavorazione dei prodotti destinati all'approvvigionamento dei soci, servizi amministrativi e commerciali di interesse comune, organizzazione e gestione di attività promozionali.

Il fatturato realizzato da COOP ITALIA nel 1997 è stato di circa 158 miliardi di lire.

TOP DI' DISCOUNT Srl (di seguito TOP DI'), con sede a Pistoia, è una società, controllata da CONAD DEL TIRRENO, che opera nella distribuzione commerciale all'ingrosso di generi alimentari e di altri beni di largo consumo. TOP DI' controlla inoltre 6 società attive nella distribuzione commerciale al dettaglio di generi alimentari e di altri beni di largo consumo attraverso punti vendita gestiti secondo la formula *discount* con insegna *Top Di*, siti in Piemonte, Emilia Romagna, Toscana, Liguria e Sardegna.

Nel 1998 TOP DI' ha realizzato un fatturato di circa 228 miliardi di lire, mentre le sei società controllate da TOP DI' complessivamente hanno realizzato un fatturato di circa 202 miliardi di lire.

CONAD DEL TIRRENO, NORDICONAD, CONAD ROMAGNA MARCHE e CONAD CENTRO-NORD sono cooperative di dettaglianti che operano nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e per l'igiene personale e della casa, sia all'ingrosso che, tramite i propri soci e le proprie controllate, al dettaglio. I soci delle cooperative sono presenti nella distribuzione moderna attraverso le insegne *Conad* (supermercati) e *Margherita* (*superette*).

CONAD ROMAGNA MARCHE nel 1999 ha realizzato la fusione per incorporazione di CONAD FRIUL VENETO<sup>1</sup>; NORDICONAD nel 1997 ha realizzato la fusione per incorporazione di CONAD NORD-EST, CONAD LIGURIA e CONAD PIEMONTE-VALLE D'AOSTA<sup>2</sup>; CONAD CENTRO-NORD nel 1998 ha realizzato la fusione per incorporazione di CONAD EMILIA-OVEST e CONAD LOMBARDIA.

CONAD DEL TIRRENO opera nell'Italia Centro-Settentrionale e in Sardegna, NORDICONAD in Piemonte, Liguria ed Emilia, CONAD ROMAGNA MARCHE in Veneto, in Friuli, nelle Marche e in Romagna, CONAD CENTRO-NORD in Emilia e in Lombardia.

CONAD DEL TIRRENO, NORDICONAD, CONAD ROMAGNA MARCHE e CONAD CENTRO-NORD aderiscono al Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD Srl; nel 1998 hanno realizzato, rispettivamente, fatturati di circa 1.870, 1.300, 760 e 520 miliardi di lire.

Il Consorzio Nazionale Dettaglianti - CONAD Srl svolge a livello nazionale alcune funzioni commerciali e di marketing per i propri soci, tra le quali spicca la funzione di centrale d'acquisto per le cooperative socie. Esso è altresì proprietario delle insegne *Pianeta*, *Conad*, *Margherita* e *Top Di'*, utilizzate, rispettivamente, per ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*.

Il fatturato consolidato realizzato dal consorzio CONAD nel 1997 è stato di circa 410 miliardi di lire.

## 2. Descrizione dell'operazione

L'operazione effettuata è consistita nell'acquisto, da parte di SVILUPPO DISCOUNT, del controllo di 140 rami d'azienda, relativi ad altrettanti punti vendita, di cui 71 di proprietà di GESTIONE DISCOUNT e 69 di proprietà delle società controllate da TOP DI'. Detta acquisizione è stata perfezionata in seguito alla stipula di un contratto di compravendita, sottoscritto dalle parti nel mese di giugno 1999.

Contestualmente a tale acquisizione l'assemblea di SVILUPPO DISCOUNT ha deliberato un aumento di capitale riservato a COOP TOSCANA-LAZIO e a CENTRO-NORD DISCOUNT, società partecipata da CONAD DEL TIRRENO, NORDICONAD, CONAD ROMAGNA-MARCHE, CONAD CENTRO-NORD,

---

<sup>1</sup> Cfr. *Conad Romagna Marche/Conad Friul Veneto*, provv. n. 7403 del 16 luglio 1999, in boll. n. 28/99.

<sup>2</sup> Cfr. *Conad Nord-Est - Conad Liguria - Conad Piemonte/Consorzio Nordiconad*, provv. n. 5531 del 4 dicembre 1997, in boll. n. 49/97.

nonché dal consorzio CONAD NAZIONALE e da altre 3 società (COOP FOND Spa, CE.DI. PUGLIA Srl, FREDDOCONAD Srl). Per effetto di tale operazione, il capitale sociale di SVILUPPO DISCOUNT, la cui ragione sociale è cambiata in DICO Spa, è detenuto al 50% dalla CENTRO-NORD DISCOUNT e al 50% da società cooperative aderenti alla COOP ITALIA (di seguito "il Polo delle Coop"), segnatamente NOVACOOP (7,41%), COOP LOMBARDIA (7,41%), COOP LIGURIA (7,41%), COOP ESTENSE (7,41%), COOP NORD-EST (7,41%), COOP ADRIATICA (1,95%) e COOP TOSCANA-LAZIO (11%).

Le parti hanno inoltre stipulato un accordo parasociale che stabilisce che la società DICO venga amministrata da un Consiglio di Amministrazione composto da 14 membri, di cui 7 designati da CENTRO-NORD DISCOUNT e 7 designati congiuntamente dal Polo delle Cooperative. I consiglieri dureranno in carica 3 anni e saranno rieleggibili. Al Consiglio di Amministrazione sono riservate la determinazione degli indirizzi strategici e della pianificazione pluriennale della società e l'approvazione dei budget operativi.

E' inoltre previsto che il Consiglio di Amministrazione nomini un Comitato Esecutivo composto di 6 dei propri membri, al quale verranno delegati i poteri per la gestione ordinaria della società, e il Direttore Generale, con poteri di gestione ordinaria e di rappresentanza legale.

Il suddetto protocollo stabilisce altresì che DICO affidi a COOP ITALIA, in qualità di centrale d'acquisto, la funzione di approvvigionamento dei prodotti.

COOP ITALIA fornisce inoltre a DICO alcuni servizi relativi ai controlli qualitativi dei prodotti acquistati e dei processi di produzione.

In sintesi, l'operazione ha comportato l'acquisizione del controllo congiunto della società DICO Spa da parte di CENTRO-NORD DISCOUNT e delle 7 cooperative aderenti a COOPITALIA che costituiscono il Polo delle Cooperative. DICO gestisce tutti i punti vendita della distribuzione al dettaglio della tipologia *discount* precedentemente gestiti da SVILUPPO DISCOUNT, da GESTIONE DISCOUNT e da TOP DI'. Tutti i suddetti punti vendita, tranne uno, hanno una superficie di vendita inferiore a 1.000 mq e vengono gestiti con insegna *Dico*.

## II. IL DIRITTO

### 1. I mercati rilevanti

Il settore interessato dall'operazione è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

Tale settore si distingue dal dettaglio tradizionale sulla base sia del grande numero e dell'ampia tipologia dei prodotti venduti, sia della modalità di servizio reso ai clienti, alla quale è generalmente associata una diversa dimensione dei punti vendita.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano in base a caratteristiche quali: la dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti, le caratteristiche espositive, la presenza di banchi per i prodotti freschi, la disponibilità di parcheggi.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità nel caso *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*<sup>3</sup>, la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati alle categorie immediatamente contigue. Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistano forti relazioni di sostituibilità.

Per quanto riguarda i *discount*, in Italia si rileva la presenza di due distinte tipologie di punti vendita, denominate rispettivamente *hard* e *soft discount*.

Gli *hard discount*, formula distributiva di derivazione tedesca, introdotta in Italia agli inizi degli anni '90, si distinguono da tutti gli altri punti vendita della distribuzione moderna sia per il diverso *mix* di prodotti/servizi offerto sia per le modalità e le tecniche di gestione aziendale.

In particolare, gli *hard discount* si caratterizzano per un'offerta limitata ai prodotti confezionati, che generalmente esclude i prodotti freschi e i prodotti di marca, un basso numero di referenze (generalmente intorno a 1.000 contro le 5.000 o più di un supermercato), una profondità di gamma estremamente limitata (pari a 1 o 2 referenze per ogni articolo), un utilizzo di attrezzature espositive essenziali, una rapida rotazione degli stock e un livello di servizio al cliente estremamente ridotto. La dimensione dei punti vendita è generalmente compresa tra i 200 e i 1.000 metri quadrati.

---

<sup>3</sup> SCHEMAVENTUNO-PROMODES/GRUPPO GS, Provv. n. 6113 del 18 giugno 1998 in Boll. n. 25/98.

Sotto il profilo gestionale, i suddetti fattori implicano una bassissima incidenza del costo della manodopera e una gestione prevalentemente orientata all'efficienza logistica e allo sfruttamento delle economie di scala negli acquisti: ciò al fine di attuare una generale politica di riduzioni di costi che consente agli *hard discount* di posizionarsi su un livello di prezzo inferiore rispetto alle altre categorie di punti vendita.

I *soft discount*, affermatasi in Italia negli ultimi anni anche in risposta al massiccio ingresso di catene estere di *hard discount*, rappresentano una tipologia di *discount* modificata rispetto all'originaria formula di derivazione tedesca, in quanto include nella propria offerta anche prodotti di marca e, in alcuni casi, un banco per i prodotti freschi. Conseguentemente, pur essendo anche tale formula improntata al contenimento dei costi e dei margini unitari, il posizionamento di prezzo risulta più elevato rispetto a quello degli *hard discount*.

In ragione del mix di prodotti/servizi offerti e del posizionamento di prezzo, gli *hard discount* rispondono a un'esigenza di acquisto specifica, diversa da quella soddisfatta dagli altri punti vendita della distribuzione moderna: essi offrono, infatti, un assortimento di beni e un livello di servizi assai limitati, idonei essenzialmente a garantire il rifornimento di prodotti conservati e non deperibili a un costo contenuto. Tali elementi rendono gli *hard discount* chiaramente identificati e riconosciuti, anche dal consumatore, come tipologia distributiva a sé stante.

Viceversa, i *soft discount*, avendo caratteristiche di posizionamento di prezzo e di livello di servizio più vicine a quelle delle altre tipologie di punto vendita, risultano spesso confusi con queste ultime. Pertanto, sulla base di tale considerazione, l'Autorità, nella valutazione del caso *GS/Promodes*<sup>4</sup>, ha inserito i *soft discount* nei mercati relativi ai punti vendita della distribuzione moderna di dimensione corrispondente.

I punti vendita oggetto dell'operazione, definiti dalle parti come *hard discount*, sono in effetti riconducibili alla tipologia dei *soft discount*. Essi, infatti, pur avendo alcune caratteristiche simili a quelle degli *hard discount* (numero medio di referenze, profondità di gamma), presentano nel proprio assortimento anche prodotti di marca e prodotti ortofrutticoli confezionati, che generalmente mancano dall'assortimento degli *hard discount*; inoltre, in molti casi, dispongono di un reparto carni con vendita assistita.

Di conseguenza, i mercati rilevanti ai fini della valutazione della presente operazione sono i mercati relativi ai punti vendita della distribuzione moderna di dimensione corrispondente a quella dei *discount* di proprietà di DICO.

Più precisamente, per i *discount* di superficie inferiore a 400 mq, il mercato rilevante è quello delle *superette*, formato dalle *superette* e dai supermercati di dimensione inferiore ai 1500 mq; per i *discount* di superficie superiore il mercato rilevante è quello dei supermercati, formato da tutti i punti vendita della distribuzione moderna, esclusi gli *hard discount*.

Da un punto di vista geografico, il mercato ha 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 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. In prima approssimazione essa può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

### III. VALUTAZIONE GIURIDICA E CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'operazione in oggetto è da ritenersi di natura cooperativa. Infatti, benché DICO appaia in grado di svolgere in pressoché totale autonomia funzionale e gestionale la maggior parte delle funzioni imprenditoriali necessarie alla gestione dei *discount*, affidando a COOPITALIA soltanto la funzione di centrale d'acquisto, essa opererà nei mercati della distribuzione moderna nei quali sono presenti anche le sette cooperative che costituiscono il Polo delle cooperative, nonché CONAD DEL TIRRENO, NORDICONAD, CONAD ROMAGNA MARCHE E CONAD CENTRO-NORD. Pertanto, l'acquisizione del controllo congiunto della società DICO integra gli estremi di un'intesa ai sensi dell'articolo 2, comma 1, della legge n. 287/90.

L'intesa in esame ha per oggetto il coordinamento dell'attività svolta dalle suddette imprese cooperative nel segmento dei *soft discount*. Essa, pertanto, ha certamente per effetto quello di uniformare i comportamenti commerciali delle medesime imprese nel suddetto segmento. Inoltre, considerato che i *soft discount* sono in concorrenza con gli altri punti vendita della distribuzione moderna di dimensioni corrispondenti, l'intesa potrebbe determinare un effetto di coordinamento anche sull'attività svolta dalle parti nei mercati delle *superette* e dei supermercati. Ad esempio, appare plausibile che le parti, risultando affievolito l'interesse a sviluppare un'intensa concorrenza reciproca, possano pervenire a una ripartizione dei target di clientela ovvero delle rispettive aree geografiche di influenza.

La consistenza dell'intesa andrà valutata con riguardo sia alla quota specifica dell'impresa comune DICO sui singoli mercati locali delle *superette* e dei supermercati, sia, ove si accertasse che l'effetto di

---

<sup>4</sup> Cfr. SCHEMAVENTUNO-PROMODES/GRUPPO GS, cit.

coordinamento dell'operazione si estende anche al di là dei *soft discount*, alla quota complessivamente detenuta dalle imprese madri sui medesimi mercati.

Pertanto, una compiuta valutazione degli effetti dell'operazione richiede una ricostruzione della posizione di DICO, delle imprese aderenti al Polo delle Cooperative, nonché di CONAD DEL TIRRENO, NORDICONAD, CONAD ROMAGNA MARCHE E CONAD CENTRO-NORD sui diversi mercati locali dei supermercati e delle *superette*, da effettuarsi in sede istruttoria.

Al riguardo si fa presente che in diverse provincie italiane, quali ad esempio Modena e Ravenna, le parti detengono sui mercati interessati quote superiori al 50%.

Le considerazioni svolte inducono a ritenere che l'operazione in esame è suscettibile di restringere in misura consistente la concorrenza nei mercati delle *superette* e dei supermercati.

RITENUTO pertanto che la costituzione dell'impresa comune DICO potrebbe configurare un'intesa restrittiva della concorrenza, ai sensi dell'articolo 2, comma 2, della legge n. 287/90;

#### DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90, nei confronti delle seguenti società: DICO Spa, NOVACOOP Scrl, COOP LOMBARDIA Scrl, COOP LIGURIA Scrl, COOP ADRIATICA Scrl, COOP NORD-EST Scrl, COOP ESTENSE Scrl, COOP TOSCANA-LAZIO Scrl, CONAD DEL TIRRENO Scrl, NORDICONAD Scrl, CONAD ROMAGNA-MARCHE Scrl, CONAD CENTRO-NORD Scrl, COOP FOND Spa, CEDI PUGLIA Srl, FREDDO CONAD Srl, CENTRO-NORD DISCOUNT Spa, CONAD NAZIONALE Scrl e COOPITALIA Scrl;

b) la fissazione del termine di trenta giorni, decorrente dalla data di notificazione del presente provvedimento, per l'esercizio da parte dei rappresentanti legali delle società di cui al punto a) e da parte di chiunque abbia un interesse diretto, immediato e attuale nel procedimento, o da persona da essi delegata, del diritto di essere sentiti, precisando che la richiesta di audizioni dovrà pervenire alla Direzione Attività Istruttoria A almeno sette giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è il dott. Guido Stazi;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Attività Istruttoria A dai legali rappresentanti delle società: DICO Spa, NOVACOOP Scrl, COOP LOMBARDIA Scrl, COOP LIGURIA Scrl, COOP ADRIATICA Scrl, COOP NORD-EST Scrl, COOP ESTENSE Scrl, COOP TOSCANA-LAZIO Scrl, CONAD DEL TIRRENO Scrl, NORDICONAD Scrl, CONAD ROMAGNA-MARCHE Scrl, CONAD CENTRO-NORD Scrl, COOP FOND Spa, CEDI PUGLIA Srl, FREDDO CONAD Srl, CENTRO-NORD DISCOUNT Spa, CONAD NAZIONALE Scrl e COOPITALIA Scrl, nonché da chiunque abbia un interesse diretto, immediato e attuale nel procedimento, o da persona da essi delegata;

e) che il procedimento deve concludersi entro il 30 giugno 2000.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato ai sensi di legge.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Alberto Pera*

IL PRESIDENTE  
*Giuseppe Tesaro*

\* \* \*