

## **C12418 - CONAD CENTRO NORD/RAMO DI AZIENDA DI L'ALCO**

Provvedimento n. 29967

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 gennaio 2021;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Conad Centro Nord Soc. Coop., pervenuta in data 14 dicembre 2021;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

**1.** Conad Centro Nord Soc. Coop. (di seguito "Conad Centro Nord") è una delle cooperative di dettaglianti aderenti al Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD S.c. a r.l.<sup>1</sup> (di seguito "CONAD"), attiva nella distribuzione di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo. CONAD è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti (complessivamente circa 2.500 dettaglianti) del commercio al dettaglio presente in Italia, secondo un modello distributivo costruito sulla figura del commerciante-cooperatore, ossia l'imprenditore del commercio autonomo associato in cooperativa.

Conad Centro Nord opera attraverso una rete di oltre 270 punti vendita (di seguito, anche "pv") con insegna CONAD in Lombardia ed Emilia Romagna. Conad Centro Nord ha realizzato in Italia un fatturato nel 2019 pari a circa 900 milioni di euro e nel 2020 di oltre 1,1 miliardi di euro.

**2.** Il Ramo d'azienda oggetto di acquisizione, attualmente di proprietà della società L'Alco S.p.A., è costituito dal complesso dei beni mobili materiali e immateriali e dei rapporti giuridici organizzati per l'esercizio dell'attività di vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di 17 punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata (GDO) nonché di 4 compendi immobiliari dove viene esercitata la suddetta attività. I 17 punti vendita, 15 supermercati e 2 *superette* in precedenza operanti sotto le insegne Despar e Eurospar, sono tutti localizzati in Lombardia e segnatamente nelle province di Bergamo, Brescia e Lodi. Nel 2019 il Ramo d'azienda ha realizzato un fatturato complessivo pari a 45,6 milioni di euro<sup>2</sup>.

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

**3.** L'operazione consiste nell'acquisizione, da parte di Conad Centro Nord attraverso la società indirettamente controllata MILUMA S.r.l., del Ramo d'azienda descritto, ad esito dell'aggiudicazione di una gara prevista nell'ambito di una procedura di concordato preventivo relativa alla società L'Alco S.p.A.

### **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 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 il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 511 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

### **IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE**

#### ***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

---

<sup>1</sup> [Consorzio Nazionale Dettaglianti CONAD 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.]

<sup>2</sup> [Le Parti hanno preso a riferimento il fatturato sviluppato nell'anno 2019 in quanto questo è stato l'ultimo esercizio sociale in grado di esprimere correttamente il potenziale commerciale effettivo e "ordinario" dei punti vendita; nel 2020, infatti, l'attività del Ramo d'azienda ha subito un drastico calo a causa delle condizioni di dissesto in cui versava la società.]

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<sup>3</sup>, 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*.

**10.** L'operazione produce altresì effetti nei mercati dell'approvvigionamento di prodotti di largo consumo alimentari e non alimentari alla distribuzione moderna, nei quali le catene della GDO operano dal lato della domanda e i fornitori dei prodotti commercializzati dal lato dell'offerta. Pur potendo tali mercati essere suddivisi per categorie di prodotti e, all'interno di tali categorie, tra i prodotti a marca privata del distributore e i prodotti a marchio dell'industria, una loro esatta definizione non appare necessaria ai fini della presente valutazione: su tutti i mercati rilevanti dell'approvvigionamento, infatti, il potere di mercato di ciascuna catena dal lato della domanda può essere approssimato dalla quota che tale catena detiene nelle vendite complessive, potendosi presumere che, offrendo tutte le catene della GDO un paniere completo di prodotti di largo consumo, le quote di vendita, e quindi quelle degli acquisti effettuati da ciascun operatore, non si differenzino significativamente per categoria di prodotto.

### **Il mercato geografico**

**11.** 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.

**12.** Nelle istruttorie svolte di recente per la valutazione di operazioni di concentrazione nel settore della GDO<sup>4</sup>, ad esito di una specifica *survey* condotta sulle abitudini di consumo nel settore in esame, 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.

**13.** I mercati dell'approvvigionamento hanno, invece, una dimensione generalmente nazionale, effettuandosi a livello nazionale sia gli acquisti che le relative negoziazioni. Possono far eccezione alcune categorie di prodotti freschi o di tipicità locale, i cui acquisti e negoziazioni avvengono a livello locale. In ogni caso, le quote di mercato che gli operatori detengono a livello locale contribuiscono a qualificarne anche il potere di mercato in fase di acquisto, posto che un'impresa produttrice che voglia garantirsi una presenza diffusa in tutte le aree geografiche è in qualche misura "obbligata" a relazionarsi con le imprese distributive che detengono posizioni di forza sui mercati a valle della vendita al dettaglio.

### **Gli effetti dell'operazione**

**14.** A livello nazionale, sulla base dei dati forniti dalle Parti, la catena Conad detiene nel settore della GDO una quota pari a circa il [15-20%]<sup>\*</sup>, che si incrementerebbe in misura trascurabile ad esito della presente operazione. Analogamente marginale risulta l'incremento del potere di mercato determinato dalla presente operazione nell'ambito della centrale di acquisto Conad-Finiper, la quale detiene attualmente una quota, a livello nazionale, pari a circa il [15-20%], inferiore a quella detenuta dalla supercentrale ESD.

<sup>3</sup> [Cfr.: C12279 - DIPERDI/RAMI DI AZIENDA DI SMA E SOCIETÀ GENERALE DI 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.]

<sup>4</sup> [Cfr. nota n. 3 supra.]

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

**15.** A livello locale, l'operazione determina effetti di sovrapposizione orizzontale in 14 delle 17 isocrone costruite attorno ai punti vendita oggetto di acquisizione. In 11 di queste 14 isocrone, la quota di mercato in valore *post merger* del nuovo operatore è inferiore al 25%, ossia alla soglia di attenzione utilizzata nei recenti precedenti citati<sup>5</sup>.

**16.** Nei 3 mercati locali dove si registrano quote *post merger* superiori al 25%, ossia nelle isocrone costruite attorno ai supermercati di Chiuduno (BG), Travagliato (BS) e Capriolo (BS), l'operazione in esame non risulta idonea a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante, in virtù della quota di mercato non particolarmente significativa, dell'incremento di quota trascurabile ascrivibile all'operazione e della presenza di numerosi e qualificati concorrenti.

**17.** In particolare, con riguardo all'isocrona costruita intorno al pv di Chiuduno, la quota di mercato *post merger* supera appena la soglia del 25% ([25-30%]), con un incremento inferiore all'1%. Si registra, inoltre, la presenza di numerosi *competitor*, in grado di esercitare una pressione concorrenziale sulla nuova entità: MD, con una quota del [15-20%], Italmark ([10-15%]), Lidl ([5-10%]). La valutazione non muta anche sommando la quota di mercato di Conad Centro Nord con quella ascrivibile a Dettaglianti Alimentari Organizzati Soc. Coop., operatore associato a un'altra cooperativa Conad (Commercianti Indipendenti Associati Soc. Coop.) e presente nel medesimo mercato geografico, seppure con una distinta insegna (Maxi). Anche in questo caso, infatti, la quota *post merger* non arriverebbe al 30%.

**18.** Nel mercato locale avente come centroide il supermercato di Travagliato, la quota di mercato di Conad Centro Nord, per effetto dell'operazione in esame, passa dal [25-30%] al [25-30%]. Nell'isocrona sono presenti molteplici insegne concorrenti, tra cui MD con una quota del [10-15%] e Lidl con il [10-15%], tali da costituire un ampio ventaglio di alternative per i consumatori ove Conad Centro Nord decidesse di modificare la propria offerta commerciale *post merger*.

**19.** Per quanto attiene, infine, all'isocrona costruita attorno al pv di Capriolo, si rileva una quota *post merger* del [25-30%] ([25-30%]) considerando anche la quota dell'insegna Maxi con un incremento del [1-5%]. Anche in questo caso si registra la presenza significativa di qualificati concorrenti, tra cui spiccano Italmark ([15-20%]) e MD ([15-20%]).

**20.** Con riguardo ai mercati dell'approvvigionamento, come si è visto, l'operazione non determina significativi incrementi della posizione detenuta da Conad a livello nazionale, e, pertanto, del potere di acquisto della catena, anche ove quest'ultimo si volesse valutare a livello di centrale di acquisto. Con riferimento, invece, all'incremento di potere di acquisto determinato dal rafforzamento della posizione detenuta sui mercati locali, si ritiene che l'analisi sia assorbita dalla valutazione effettuata sui mercati a valle della vendita al dettaglio.

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.

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*

---

<sup>5</sup> [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. Cfr. nota n. 3 supra per i precedenti.]