

## **C12625 - FROZEN INVESTMENTS-SAMMONTANA FINANZIARIA/SAMMONTANA-FORNO D'ASOLO**

Provvedimento n. 31184

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 30 aprile 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

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 decisione della Commissione europea del 13 marzo 2024 di rinviare all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato la valutazione dell'operazione, ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la comunicazione delle società Frozen Investments S.à r.l. e Sammontana Finanziaria S.r.l., pervenuta in data 11 aprile 2024;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

#### **I.1. Frozen Investments e il Gruppo Investindustrial**

**1.** Frozen Investments S.à r.l. (di seguito, "Frozen") è una società di diritto lussemburghese costituita appositamente per la realizzazione dell'operazione di concentrazione in esame. Il capitale sociale di Frozen è detenuto dal fondo Investindustrial VIII S.C.Sp., gestito da BI Invest Endowment Management S.à r.l., la quale ha delegato la gestione del proprio portafoglio di investimenti a Investindustrial Advisors Limited, società di diritto inglese il cui capitale è interamente detenuto da Investindustrial S.A., posta al vertice del gruppo Investindustrial (di seguito, "Gruppo Investindustrial").

**2.** Il Gruppo Investindustrial è un gruppo d'investimento, specializzato nell'acquisizione di medie imprese attive nei settori dei beni di consumo (compresi i settori degli alimenti e delle bevande), del tempo libero, della salute, dei servizi, della tecnologia e della produzione industriale.

**3.** Il Gruppo Investindustrial ha realizzato nel 2023 un fatturato consolidato a livello mondiale di [9-10]\* miliardi di euro, di cui [3-4] miliardi di euro realizzati nell'Unione Europea e [1-2] miliardi di euro realizzati in Italia.

#### **I.2. Sammontana Finanziaria e Sammontana**

**4.** Sammontana S.p.A. Società Benefit (di seguito, "Sammontana") è una società attiva nella produzione e commercializzazione di prodotti freschi e surgelati, tra cui prodotti da forno, gelato industriale (confezionato e sfuso) e piatti pronti. Nel settore dei prodotti da forno, Sammontana produce e commercializza principalmente prodotti per la prima colazione (con i marchi Tre Marie, Il Pasticcere e Mongelo) e, in misura minore, *snack* salati, pasticceria e panetteria (con il marchio BonChef). I prodotti sono distribuiti al canale *food service* attraverso una rete di vendita sia diretta sia indiretta.

**5.** Il capitale sociale di Sammontana è interamente detenuto da Sammontana Finanziaria S.r.l. (di seguito, "Sammontana Finanziaria"), la *holding* di partecipazioni a capo dell'omonimo gruppo, a sua volta controllata dalla famiglia Bagnoli.

**6.** Nel 2023, Sammontana ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di [100-567] milioni di euro, di cui [100-567] milioni di euro realizzati nell'Unione Europea e [100-567] milioni di euro realizzati in Italia.

#### **I.3. Forno d'Asolo**

**7.** Forno d'Asolo S.p.A. (di seguito, "FdA" o "Forno d'Asolo") è una società attiva - anche tramite le proprie controllate - principalmente nella produzione e commercializzazione di prodotti da forno surgelati e, in misura minore, di gelati industriali.

**8.** Forno d'Asolo è controllata da Piave Investment S.à r.l. (di seguito, "Piave"), società con sede in Lussemburgo, indirettamente dai fondi BC European Capital X Fund e BCEC X Luxembourg 1 S.C.Sp..

**9.** Nel settore dei prodotti da forno, la gamma di prodotti FdA comprende: (i) i prodotti da forno per la prima colazione (ad esempio, cornetti semplici o ripieni, *krapfen* e altre specialità dolciarie) con i marchi Lizzi, Forno d'Asolo e Bindi; (ii) i prodotti da forno salati (ad esempio, focacce semplici e farcite, pizza e sfizi salati) con i marchi Forno d'Asolo, SPAR, Forno della Rotonda e Buoni e Pronti; (iii) la pasticceria (ad esempio, tiramisù, *cheesecake*, torte tradizionali, torte multistrato, dessert al cucchiaio) con i marchi La Donatella, Bindi, Gelpat e Forno d'Asolo e (iv) i

---

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

prodotti di panetteria con i marchi SPAR, Buoni e Pronti, Forno della Rotonda e Forno d'Asolo. Forno d'Asolo serve il canale *food service* con una rete distributiva proprietaria nonché tramite grossisti e concessionari.

**10.** Nel 2023, FdA ha realizzato un fatturato consolidato a livello mondiale di [100-567] milioni di euro, di cui [100-567] milioni di euro realizzati nell'Unione europea e [100-567] milioni di euro realizzati in Italia.

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

**11.** La concentrazione comunicata (di seguito anche "Operazione") ha a oggetto l'acquisizione del controllo congiunto, da parte di Sammontana Finanziaria e Frozen, di Sammontana e FdA.

**12.** In particolare, l'Operazione prevede che Sammontana Finanziaria conferisca Sammontana in una *holding* di partecipazioni (di seguito, "HoldCo"), la quale conferirà, a sua volta, Sammontana in una nuova società appositamente costituita (di seguito, "BidCo"), da essa interamente partecipata. Parallelamente, Frozen acquisirà, tramite la sottoscrizione di un aumento di capitale, una partecipazione di minoranza in HoldCo e sottoscriverà con Sammontana Finanziaria un patto parasociale idoneo a conferirle il controllo congiunto su HoldCo e sulla sua controllata BidCo. Infine, HoldCo, per il tramite di BidCo, acquisirà la totalità delle azioni di FdA.

**13.** A esito dell'Operazione, Sammontana Finanziaria e Frozen deterranno il controllo congiunto di Sammontana e FdA. [omissis].

**14.** L'Operazione non è allo stato soggetta ad alcuna condizione sospensiva o risolutiva, in quanto tutte le condizioni sospensive dell'Operazione risultano già soddisfatte.

## III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

**15.** L'Operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo congiunto di più imprese, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del Regolamento (CE) n. 139 del 20 gennaio 2004 e dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/1990.

**16.** L'Operazione rientra nell'ambito di applicazione del Regolamento (CE) n. 139/2004, in quanto soddisfa le condizioni previste dall'articolo 1, paragrafo 2 del medesimo Regolamento. A seguito della decisione del 13 marzo 2024 con la quale la Commissione, ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 139/2004, ha disposto che l'operazione venisse integralmente rinviata all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, alla concentrazione è applicabile la legge n. 287/1990.

## IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

### IV.1. Premessa

**17.** L'Operazione comporterà il consolidamento di Sammontana e Forno d'Asolo all'interno del medesimo gruppo di controllo. In ragione delle attività delle imprese interessate dall'Operazione, si osserva che la stessa interessa principalmente il settore dei prodotti da forno, in particolar modo surgelati, che a loro volta possono essere suddivisi in (i) prodotti da forno per la prima colazione (ad esempio, cornetti semplici o ripieni, *krapfen* e altre specialità dolciarie); (ii) prodotti da forno salati (*snack* salati); (iii) prodotti di pasticceria (ad esempio, tiramisù, *cheesecake*, torte tradizionali, torte multistrato, *dessert* al cucchiaino) e (iv) prodotti di panetteria.

**18.** Tali prodotti possono essere commercializzati presso: (i) il canale *food service*, comprensivo dei canali Ho.Re.Ca.<sup>1</sup> e *catering*; (ii) il canale *retail*, consistente nella vendita al dettaglio al consumatore finale dei prodotti surgelati attraverso la grande distribuzione organizzata (di seguito, "GDO") e (iii) gli *in-store bakery* della GDO, vale a dire i reparti specializzati della GDO in cui i prodotti surgelati vengono cotti, confezionati e venduti ai clienti finali. I prodotti da forno surgelati per la prima colazione rappresentano una parte preponderante dei fatturati delle Parti con riferimento al totale dei prodotti da forno surgelati nel canale *food service*.

**19.** L'Operazione interessa altresì il settore del gelato industriale, in cui sia Sammontana sia FdA sono attive nella produzione e vendita tanto del gelato da impulso quanto di quello destinato al canale *catering*.

**20.** Non risultano interessati dalla presente Operazione altri mercati su cui le Parti sono attive (semilavorati alimentari, ristorazione commerciale e distribuzione al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari), in quanto a esito dell'Operazione non si realizzano effetti orizzontali né verticali di rilievo.

---

<sup>1</sup> [Il canale Ho.Re.Ca. include bar (tra cui quelli presenti nei punti vendita della GDO), hotel, ristoranti, pizzerie, locali e strutture di intrattenimento. ]

## **IV.2. I mercati rilevanti**

### *IV.2.a. I mercati della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno*

#### *(a) I precedenti nazionali ed europei*

**21.** La recente prassi dell’Autorità e della Commissione europea ha ritenuto, diversamente da valutazioni svolte nel passato, che i prodotti da forno freschi e surgelati costituiscono due mercati merceologicamente distinti<sup>2</sup>.

**22.** In particolare, la Commissione, pur lasciando aperta la definizione esatta del mercato, ha segmentato il mercato dei prodotti alimentari nei canali del *retail* e del *food service*, e ha distinto alimenti surgelati, refrigerati e freschi. All’interno del segmento degli alimenti surgelati, la Commissione ha considerato la distinzione tra: (i) prodotti da forno per la prima colazione surgelati, (ii) *snack* salati surgelati; (iii) pasticceria surgelata e (iv) panetteria surgelata<sup>3</sup>.

**23.** Coerentemente con l’impostazione della Commissione, nei due più recenti precedenti riguardanti FdA, l’Autorità ha considerato esclusivamente un mercato dei prodotti da forno surgelati, lasciando aperta l’esatta definizione merceologica dei mercati con riferimento alla distinzione tra categorie di prodotti (prodotti da prima colazione, *snack* salati, pasticceria e panetteria) e tra canali distributivi (*food service* e *retail*)<sup>4</sup>. Con riguardo ai canali distributivi è stato, in ogni caso, osservato che essi “*presentano sostanziali diversità relative alla tipologia di clienti e alle loro esigenze, con conseguenti differenze nel packaging, nella dimensione, nella qualità e nei prezzi dei prodotti*”<sup>5</sup>.

**24.** Nei precedenti nazionali ed europei, la dimensione geografica dei mercati relativi ai prodotti da forno è stata definita nazionale<sup>6</sup>.

#### *(b) La definizione dei mercati secondo le Parti notificanti*

**25.** Ad avviso delle Parti notificanti, i prodotti da forno potrebbero essere riconducibili a un unico mercato rilevante, senza distinzione tra fresco e surgelato, di categoria di prodotto e di canale di vendita. Secondo le Parti notificanti, infatti, un prodotto da prima colazione potrebbe essere sostituito dai consumatori con un prodotto salato o uno di pasticceria. Inoltre, alcune evidenze confermerebbero che, anche durante la prima colazione, vi sarebbe una domanda di prodotti salati e le farciture di alcuni cornetti potrebbero essere sia dolci che salate.

**26.** Ad avviso delle Parti notificanti, inoltre, prodotti da forno freschi e surgelati sarebbero tra loro sostituibili, in quanto sostanzialmente omogenei, in termini di materie prime utilizzate e prezzi di vendita, e la natura surgelata o fresca del prodotto sarebbe ininfluenza ai fini della decisione di acquisto tanto degli esercenti del canale *food service* quanto dei consumatori finali. Secondo un’indagine commissionata dalle Parti notificanti (di seguito, “indagine Tradelab”)<sup>7</sup>, inoltre, il 72% degli esercenti intervistati riterrebbe che ai propri clienti non interessi sapere se i prodotti per la prima colazione siano freschi o surgelati. Sarebbe, inoltre, in corso negli ultimi anni una convergenza tra le due categorie di prodotti in termini di qualità e di assortimento.

**27.** Oltre a ciò, sarebbe frequente l’uso da parte di molti esercenti di un *mix* di prodotti freschi e surgelati. Secondo l’indagine Tradelab, infatti, il 69% dei bar intervistati servirebbero prodotti per la prima colazione sia freschi che surgelati in proporzioni simili (57% surgelato e 43% fresco), mentre la restante parte tratterebbe solo prodotti surgelati.

**28.** Le Parti notificanti rilevano, inoltre, un’elevata sostituibilità dal lato dell’offerta tra prodotti da forno freschi e surgelati, attestata dalla circostanza che numerosi fornitori tradizionalmente attivi nella produzione di prodotti freschi hanno iniziato a produrre anche prodotti surgelati.

**29.** Infine, le Parti notificanti ritengono che ai fini della valutazione della presente Operazione non sia necessario distinguere tra canale *retail* e *food service*, in quanto la sovrapposizione delle attività delle Parti è limitata, oltre al canale *food service*, agli *in-store bakery* e ai bar localizzati nei punti vendita della GDO. Tuttavia, tali specifiche tipologie di punto vendita andrebbero più opportunamente considerate all’interno del canale *food service*, giacché anch’esse soddisfano l’esigenza del consumatore finale di acquistare un prodotto pronto al consumo.

**30.** Secondo le Parti notificanti, la dimensione geografica dei mercati rilevanti appare essere nazionale in virtù delle differenze legislative, delle tendenze distributive riscontrate e dei gusti dei consumatori.

---

<sup>2</sup> [Cfr. decisione della Commissione UE del 14 luglio 2016, caso M.7946 - *Pai/Nestle/Froneri*; provvedimenti n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 - *Forno d’Asolo/Pasticceria Bindi*, in *Bollettino* n. 14/2020 e n. 27273 del 20 luglio 2018, C12174 - *BCEC Management X/Forno d’Asolo*, in *Bollettino* n. 30/2018.]

<sup>3</sup> [Cfr. decisione della Commissione UE, M.7946, cit..]

<sup>4</sup> [Cfr. provvedimenti n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 e n. 27273 del 20 luglio 2018, C12174, cit.. Si veda, inoltre, provvedimento n. 30517 del 14 marzo 2023, C12526 - *Ferrero International/Holdinvest*, in *Bollettino* n. 13/2023.]

<sup>5</sup> [Cfr. provvedimento n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 - *Forno d’Asolo/Pasticceria Bindi* par. 9, cit..]

<sup>6</sup> [Cfr. decisione della Commissione UE M.7946 e provvedimenti n. 30517, del 14 marzo 2023, C12526; n. 28194 del 17 marzo 2020 C12288 e n. 27273 del 20 luglio 2018 C12174, cit..]

<sup>7</sup> [Cfr. doc. 2, all. F.4.A.]

(c) Valutazioni preliminari dell'Autorità

(c.a) Distinzione tra prodotti freschi e surgelati

**31.** Le informazioni disponibili agli atti appaiono confermare l'appartenenza dei prodotti da forno freschi e surgelati a mercati merceologici distinti.

**32.** In particolare, secondo molti operatori di mercato, i prodotti da forno freschi e surgelati sarebbero differenti per caratteristiche di prezzo<sup>8</sup>, produzione e conservazione<sup>9</sup>. Inoltre, dal punto di vista degli esercenti, esisterebbero significative differenze, in quanto i prodotti surgelati presentano vantaggi in tema di gestione delle scorte e di adattamento alla domanda della gamma di prodotti offerti nel punto vendita, consentendo la disponibilità di un maggior numero di prodotti e referenze<sup>10</sup>. Rileva notare anche che nessuno fra i principali operatori nei prodotti da forno surgelati risulta attivo anche nei prodotti da forno freschi.

**33.** Le stesse evidenze documentali fornite dalle Parti notificanti forniscono elementi per ritenere non sostituibili i prodotti freschi con quelli surgelati. In primo luogo, quanto alla circostanza - emersa dall'indagine Tradelab - che il 69% dei bar interpellati appare trattare sia prodotti freschi che congelati, si osserva che il 34% di tali soggetti ha dichiarato che tale compresenza è data dalla necessità di soddisfare la domanda dei clienti con prodotti diversi; un ulteriore 32% motiva tale scelta con la necessità di soddisfare la domanda durante tutto il giorno e un ulteriore 31% per entrambi i motivi sopra citati. In sostanza, tali risposte sembrano mostrare che, per la quasi totalità degli intervistati, vi sia la necessità di una compresenza dei prodotti per soddisfare bisogni differenti e complementari e non per ragioni di sostituibilità tra tali tipologie di prodotti.

**34.** Inoltre, occorre osservare che, secondo la medesima indagine Tradelab, a seguito dell'aumento del prezzo del 10% del fornitore di prodotti da colazione surgelati: (i) solo l'11% dei bar intervistati che acquistano sia prodotti freschi che surgelati comprerebbe più prodotti da colazione freschi e (ii) solo il 2% dei bar intervistati che acquistano prodotti surgelati inizierebbe a comprare prodotti da colazione freschi. Considerando tutti i bar rispondenti alla domanda, solo circa l'8% degli stessi passerebbe - almeno in parte - ai prodotti da colazione freschi a seguito di un aumento significativo del prezzo.

**35.** Sempre dall'indagine Tradelab, emerge che quasi il 40% degli esercenti che trattano entrambe le tipologie di prodotto ravvede apprezzabili differenze tra i prezzi di fresco e surgelato.

(c.b) Distinzione tra categorie di prodotti da forno

**36.** Gli elementi preliminari acquisiti lasciano ritenere che vi sia una sostituibilità limitata tra le diverse categorie di prodotti da forno. Numerosi operatori interpellati ne hanno, al contrario, evidenziato la complementarità<sup>11</sup>, atteso che prodotti per la prima colazione, *snack* salati, prodotti di pasticceria e di panetteria soddisferebbero bisogni differenti e sarebbero consumati in momenti diversi della giornata. Gli stessi documenti citati dalle Parti notificanti attestano un consumo di prodotti salati in occasione della prima colazione ancora piuttosto limitato<sup>12</sup>.

(c.c) Distinzione tra canali di vendita

**37.** In analogia con la prassi adottata dalla Commissione europea in altri mercati del prodotto del largo consumo<sup>13</sup>, appare ragionevole includere in mercati rilevanti diversi i prodotti venduti per essere consumati in casa, e quindi in un momento successivo all'acquisto (c.d. *in home*, nel caso di specie coincidenti con quelli venduti nel canale *retail*, ossia presso i punti vendita della GDO), da quelli venduti per il consumo fuori casa (*out of home*, nel caso di specie coincidenti con quelli venduti nel canale *food service*), che avviene a ridosso dell'acquisto.

**38.** Come rappresentato dalle Parti notificanti, le vendite negli *in-store bakery* e nei bar presso i punti vendita della GDO potrebbero essere considerate all'interno del canale *food service*, considerata l'analoga modalità di fruizione del prodotto da parte del consumatore finale.

**39.** Tale distinzione appare opportuna anche in considerazione delle rilevanti differenze nella distribuzione: mentre il canale *food service* è generalmente servito tramite concessionari, grossisti e/o agenti, nel canale *retail* le imprese negoziano direttamente i contratti con la GDO in modo centralizzato<sup>14</sup>.

**40.** Con particolare riguardo al canale *food service*, si osserva che la distribuzione dei prodotti da forno surgelati avviene tipicamente insieme a quella dei gelati; entrambe le tipologie di prodotto, infatti, necessitano di distributori in grado di garantire la c.d. catena del freddo.

<sup>8</sup> [Cfr., tra gli altri, docc. 20 e 28.]

<sup>9</sup> [Cfr., tra gli altri, docc. 20, 25 e 28.]

<sup>10</sup> [Cfr., tra gli altri, docc. 20, 25 e 28.]

<sup>11</sup> [Cfr., tra gli altri, docc. 22, 25, 28 e 39.]

<sup>12</sup> [Cfr. doc. 2, all. F.4.4, pag. 423.]

<sup>13</sup> [Cfr., ex multis, decisioni della Commissione UE del 21 dicembre 2018, caso M.9122 - TCCC/Costa e del 29 ottobre 2001, caso Cadbury Schweppes/Pernod Ricard.]

<sup>14</sup> [Le negoziazioni centralizzate caratterizzano inoltre, oltre agli *in-store bakery* e i bar presenti nei punti vendita della GDO, anche i grandi clienti del canale *food service* (ad esempio, catene della ristorazione, compagnie di crociera, ecc.).]

(c.d) Conclusioni preliminari in merito alla definizione dei mercati

41. Sotto il profilo merceologico, gli elementi preliminari agli atti appaiono confermare una distinzione tra prodotti da forno freschi e surgelati e avvalorano la possibilità di segmentare ulteriormente il mercato per tipologia di prodotti (prodotti da forno per la prima colazione, *snack* salati, pasticceria e panetteria) e canale di vendita (*food service* e *retail*).

42. Dal punto di vista geografico, in linea con i precedenti nazionali ed europei e con la posizione delle Parti notificanti, è possibile ritenere che la dimensione del mercato sia nazionale.

IV.2.b. I mercati della produzione e commercializzazione dei gelati

43. Nei suoi precedenti, la Commissione europea ha tradizionalmente distinto il mercato del gelato industriale da quello del gelato artigianale<sup>15</sup>. Inoltre, nell'ambito del gelato industriale, il mercato del prodotto è stato ulteriormente segmentato nei seguenti sotto-mercati: (i) gelato per il consumo domestico; (ii) gelato per il consumo da impulso; (iii) gelato per il consumo presso il canale *catering*.

44. In un più recente caso nazionale<sup>16</sup>, l'Autorità, anche in considerazione delle peculiarità del mercato italiano, ha operato un'ulteriore segmentazione all'interno del gelato da impulso, distinguendo il mercato dei gelati monodose confezionati dal mercato del gelato sfuso.

45. Nei precedenti nazionali ed europei, la dimensione geografica dei mercati relativi ai gelati è stata definita come nazionale<sup>17</sup>.

IV.3. Gli effetti dell'operazione

IV.3.a. I mercati della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno

46. Sulla base dei dati forniti dalle Parti notificanti, Sammontana e Forno d'Asolo rappresentano il primo e il secondo operatore di prodotti da forno surgelati in Italia nel canale *food service*. Per effetto della concentrazione, l'entità *post merger* consoliderà la propria posizione di *leadership* nelle vendite nazionali di prodotti da forno surgelati.

47. Considerando le quote nei singoli mercati in cui il settore potrebbe essere ulteriormente suddiviso, nel canale *food service* - l'unico canale dove operano sia Sammontana sia Forno d'Asolo - l'Operazione determina una sovrapposizione rilevante per una specifica categoria di prodotti, ossia i prodotti da forno surgelati per la prima colazione, a cui è ascrivibile la parte prevalente del fatturato delle Parti (rispettivamente, il [80-100%] e il [50-70%]) sul fatturato complessivo derivante dai prodotti da forno surgelati.

**Tabella n. 1: quote di mercato delle Parti nei mercati dei prodotti da forno surgelati, anno 2023<sup>18</sup>**

	<b>Sammontana</b>	<b>FdA</b>	<b>Quota congiunta</b>
<i>Prodotti da forno surgelati per la prima colazione</i>	[20-25%]	[20-25%]	<b>[45-50%]</b>
<i>Snack salati surgelati</i>	[1-5%]	[15-20%]	[20-25%]
<i>Pasticceria surgelata</i>	[1-5%]	[20-25%]	[25-30%]
<i>Panetteria surgelata</i>	[<1%]	[1-5%]	[1-5%]

48. In particolare, in tale mercato *prima facie* individuato, l'entità *post merger* verrebbe a detenere una quota del [45-50%], a fronte di quote dei principali concorrenti inferiori al 10%. In tale mercato, inoltre, l'indice HHI passerebbe da un valore *pre merger* di 1.430 a un valore *post merger* di 2.511, con un incremento considerevole (pari a 1.081 punti)<sup>19</sup>.

<sup>15</sup> [Cfr., ex multis, M.7946 - PAI/Nestlé/Froneri, cit..]

<sup>16</sup> [Cfr. provvedimento n. 26822 del 31 ottobre 2017, par. 304-406, A484 - Unilever/Distribuzione gelati, in Bollettino n. 47/2017.]

<sup>17</sup> [Cfr. decisione della Commissione UE M.7946 - P-i/Nestlé/Froneri nonché i provvedimenti n. 30517 del 14 marzo 2023, C12526 - Ferrero International/Holdinvest; n. 28194 del 17 marzo 2020, C12288 - Forno d'Asolo/Pasticceria Bindi e n. 27273 del 20 luglio 2018, C12174 - BCEC Management X/Forno d'Asolo, cit..]

<sup>18</sup> [Fonte: stime delle Parti.]

<sup>19</sup> [Secondo gli Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2004/C 31/03), "È poco probabile che la Commissione individui problemi sotto il profilo della concorrenza orizzontale in un mercato se dopo la concentrazione lo HHI è inferiore a 1 000. [...] . È parimenti improbabile che la Commissione formuli obiezioni sotto il profilo della concorrenza orizzontale se, dopo la concentrazione, lo HHI è compreso tra 1 000 e 2 000 e il delta è inferiore a 250, ovvero se, dopo la concentrazione, lo HHI è superiore a 2 000 e il delta è inferiore a 150". Si precisa che, in assenza di valori puntuali delle quote di mercato degli operatori concorrenti, è stato considerato il valore medio dell'intervallo fornito dalle Parti notificanti. Per allocare il residuo di mercato (corrispondente alla voce "Altro"), si è diviso tale residuo ([15-20%]) per

**Tabella n. 2: quote di mercato delle Parti e dei principali concorrenti nel mercato dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, anno 2023<sup>20</sup>**

	<b>Quota di Mercato (%)</b>
<i>Sammontana</i>	[20-25%]
<i>Forno d'Asolo</i>	[20-25%]
<b>Quota combinata</b>	<b>[45-50%]</b>
<i>Dolciaria Acquaviva</i>	[5-10%]
<i>Delifrance</i>	[5-10%]
<i>Dolcevita (Unilever)</i>	[5-10%]
<i>Froneri (Nestlé)</i>	[5-10%]
<i>Bridor</i>	[1-5%]

**49.** A ciò si aggiunga che Sammontana e FdA risultano fra i pochi operatori del settore a detenere la scala necessaria allo sviluppo di una rete distributiva diretta, che consente loro di essere meno esposti a rischi legati a eventuali cessazioni dei rapporti con i concessionari e di avere una più stabile *route to market*.

**50.** In considerazione del livello aggregato delle quote, unitamente alla rilevante e capillare presenza della rete di vendita di Sammontana e FdA, all'ampiezza della gamma di prodotti nonché all'importanza e notorietà dei marchi gestiti, si ritiene che l'Operazione possa ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nel mercato della produzione e vendita dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, potendo in particolare determinare la costituzione di una posizione dominante nel mercato dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione.

**51.** Benché nei mercati relativi alle altre categorie di prodotti le quote congiunte delle Parti non risultino particolarmente rilevanti, non possono allo stato escludersi effetti anticoncorrenziali derivanti dall'Operazione, alla luce della circostanza che tali prodotti condividono con i prodotti da forno surgelati per la prima colazione la capillare rete distributiva delle Parti. La creazione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione potrebbe dare luogo a un fenomeno di "trascinamento" sugli altri mercati dei prodotti da forno surgelati, a seguito dell'ampliamento della offerta in termini di gamma<sup>21</sup>.

#### *IV.3.b. I mercati della produzione e commercializzazione dei gelati*

**52.** Sulla base dei dati forniti dalle Parti notificanti, a esito dell'Operazione Forno d'Asolo e Sammontana verranno a detenere una quota congiunta del [25-30%] nel gelato da impulso. Considerando, all'interno del gelato da impulso, i distinti mercati rilevanti del gelato confezionato e del gelato sfuso, Sammontana detiene una quota rispettivamente del [20-25%] e del [25-30%], mentre FdA è esclusivamente attiva nel mercato del gelato confezionato, dove detiene una quota del [1-5%]. L'Operazione determina, pertanto, una sovrapposizione orizzontale, dando luogo a una quota congiunta del [20-25%] nel mercato del gelato confezionato. Anche in questo caso, benché la quota di mercato dell'entità *post merger* non sia particolarmente elevata, non può escludersi un effetto anticompetitivo dell'Operazione, considerato che i mercati dei gelati da impulso sono strettamente collegati a quelli dei prodotti da forno surgelati. Il significativo rafforzamento a livello di quote di mercato e di rete distributiva delle società Parti dell'Operazione in esame potrebbe, infatti, consentire alle stesse di "fare leva" su tale posizione per estenderla ai mercati dei gelati da impulso a scapito dei concorrenti che non sono dotati di una gamma di prodotti comparabile in termini di ampiezza e profondità, né di una rete distributiva altrettanto capillare.

**53.** Per contro, nel mercato del gelato destinato al consumo presso il canale *catering*, dove le Parti deterranno una quota congiunta del [5-10%], l'Operazione non desta preoccupazioni concorrenziali.

#### **IV.4. Conclusioni**

**54.** Le analisi sopra riportate portano a ritenere che, nel mercato della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione per il canale *food service*, la realizzazione dell'Operazione è

*la quota dell'operatore più piccolo (ovvero [1-5%] di Bridor, calcolata seguendo l'ipotesi di cui sopra), ottenendo 4 operatori ai quali è stato allocato a ciascuno il [1-5%] di mercato. È stato infine attribuito il restante [1-5%] ad un quinto operatore.]*

<sup>20</sup> [Fonte: stime delle Parti.]

<sup>21</sup> [Cfr. Orientamenti relativi alla valutazione delle concentrazioni non orizzontali a norma del regolamento del Consiglio relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese (2008/C 265/07), par. 91 e seguenti.]

suscettibile di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante.

**55.** L'Operazione potrebbe, inoltre, ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei mercati - strettamente collegati al primo - degli altri prodotti da forno surgelati (*snack* salati, pasticceria e panetteria) per il canale *food service* nonché per i mercati dei gelati confezionati e sfusi da impulso.

**56.** La concentrazione tra Sammontana e FdA potrebbe determinare effetti restrittivi in considerazione del fatto che l'entità *post merger* sarà di gran lunga il principale operatore italiano nei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, con una quota superiore di oltre quattro volte quella del principale concorrente. La nuova entità sarà, inoltre, caratterizzata da una capillare rete distributiva diretta che le conferirà una *route to market* sul canale *food service* difficilmente eguagliabile, non solo per i prodotti da forno ma anche per altri prodotti che condividono con i primi la necessità di mantenere la catena del freddo (ad esempio, gelati).

**57.** Alla luce di quanto sopra e considerato che l'operazione di concentrazione, così come risultante dagli accordi tra le Parti notificanti, prevede il perfezionamento entro *[omissis]*, con la conseguente riorganizzazione delle attività dei complessi aziendali *[omissis]*, si ritiene che la realizzazione dell'Operazione potrebbe determinare, nelle more del presente procedimento, effetti difficilmente reversibili. Si evidenzia, a tal riguardo, che, tra le condizioni sospensive dell'Operazione *[omissis]*.

**58.** La realizzazione della concentrazione in esame, così come allo stato notificata, appare suscettibile di alterare in modo definitivo i rapporti concorrenziali tra Sammontana e Forno d'Asolo e di incidere sugli assetti concorrenziali dei mercati interessati, anche intervenendo sugli *asset*, sulla struttura organizzativa, sul personale e sui rapporti contrattuali con i terzi, con ciò rendendo estremamente difficile un eventuale ripristino delle condizioni di concorrenza effettiva in tempi rapidi.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame appare suscettibile di ostacolare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante, nei mercati della produzione e commercializzazione dei prodotti da forno surgelati per la prima colazione, nonché di ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei mercati degli altri prodotti da forno surgelati (*snack* salati, pasticceria e panetteria) per il canale *food service* nonché per i mercati dei gelati confezionati e sfusi da impulso;

RITENUTO che, per le considerazioni sopra espresse, l'operazione presenta criticità sotto i profili concorrenziali tali da richiedere la sospensione della realizzazione della concentrazione ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge n. 287/1990, al fine di evitare che la realizzazione della stessa possa comportare effetti sul mercato difficilmente reversibili, non solo rispetto ad un eventuale divieto, ma anche con riferimento a una eventuale autorizzazione con misure ai sensi dell'articolo 6, comma 2, della legge n. 287/1990;

RITENUTO, pertanto, necessario provvedere all'immediata sospensione della realizzazione dell'operazione di concentrazione, fino alla conclusione dell'istruttoria;

#### DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, nei confronti delle società Frozen Investments S.à r.l. e Sammontana Finanziaria S.r.l.;

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. 287/1990, precisando che la richiesta di audizione dovrà pervenire alla Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 di questa Autorità, almeno tre giorni prima della scadenza del termine sopra indicato;

c) che il responsabile del procedimento è la dottoressa Bianca Maria Cammino;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero, Agroalimentare, Farmaceutico e Distribuzione Commerciale del Dipartimento Concorrenza - 2 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 novanta giorni decorrenti dalla data di delibera del presente provvedimento.

#### ORDINA

ai sensi dell'articolo 17, comma 1, della legge n. 287/1990, l'immediata sospensione dell'operazione e di ogni attività e/o delibera prodromica e funzionale alla stessa.

Entro il termine di cinque giorni dalla notifica del presente provvedimento, le società Frozen Investments S.à r.l. e Sammontana Finanziaria S.r.l. dovranno informare l'Autorità circa le misure in concreto adottate al fine di ottemperare al predetto ordine di sospensione.

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

IL SEGRETARIO GENERALE

*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE

*Roberto Rustichelli*