

## **C12247 - BDC ITALIA-CONAD/AUCHAN**

Provvedimento n. 27983

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 novembre 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

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

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 1° agosto 2019, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalle società BDC Italia S.p.A. e CONAD Consorzio Nazionale Dettaglianti Soc. Coop., pervenute in data 11 settembre 2019 e integrate in data 4, 11, 14, 29 e 30 ottobre 2019;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

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

Il modello organizzativo di CONAD (di seguito, anche "sistema CONAD") è strutturato su tre livelli:

- i) i singoli imprenditori, soci delle cooperative e titolari dei punti vendita attivi sul territorio (di seguito, anche "dettaglianti"), che operano in proprio e con proprio rischio di impresa nel settore della Grande Distribuzione Organizzata ("GDO"), avvalendosi della somministrazione di merci e di servizi da parte della singola Cooperativa;
- ii) le Cooperative, socie del consorzio nazionale CONAD e operanti ciascuna in una specifica area del territorio nazionale, che supportano e coordinano i singoli imprenditori fornendo servizi amministrativi, commerciali, logistici e finanziari;
- iii) il consorzio nazionale CONAD, che opera come centrale di acquisto e di servizi, si occupa della pianificazione strategica, dell'attività di *marketing* e di comunicazione per tutto il sistema, nonché della produzione, della promozione e dello sviluppo del marchio CONAD.

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

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

**2.** Pac2000A Soc. Coop. a r.l. (di seguito, anche "PAC2000"), con circa 880 dettaglianti associati, è la maggiore cooperativa associata a CONAD. A essa fanno capo oltre mille punti vendita (di seguito, anche "pv"), localizzati nel Centro Sud – e segnatamente in Lazio, Umbria, Basilicata, Calabria e Campania – oltre ad una rete di *discount* (a insegna Todis) distribuita sull'intero territorio nazionale. PAC2000 ha realizzato, nel 2017, un fatturato pari a circa 2,5 miliardi di euro.

**3.** Conad Nord Ovest Soc. Coop. (di seguito, anche "Conad Nord Ovest") è una società recentemente costituita a seguito della fusione tra Nordiconad Soc.coop. e Conad del Tirreno Soc. Coop., avvenuta il 16 settembre 2019<sup>1</sup>. Le due cooperative associavano complessivamente 411 dettaglianti, con una rete di vendita composta in totale da oltre 800 punti vendita situati in Liguria, Lazio, Sardegna, Toscana, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta, Emilia-Romagna e Veneto. Nordiconad Soc. Coop. ha realizzato, nel 2017, un fatturato pari a circa 810 milioni di euro, mentre Conad del Tirreno Soc. Coop. ha realizzato, nel medesimo periodo, un fatturato di circa 1,6 miliardi di euro.

---

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

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

**5.** Conad Centro Nord Soc. Coop. (di seguito, anche "Conad Centro Nord") associa 165 dettaglianti, che gestiscono una rete di circa 240 punti vendita attivi in Lombardia ed Emilia-Romagna. La cooperativa ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 876 milioni di euro.

**6.** Conad Adriatico Soc. Coop (di seguito, anche "Conad Adriatico") associa 261 dettaglianti, che gestiscono circa 400 punti vendita localizzati nelle regioni Marche, Abruzzo, Puglia, Basilicata e Molise. Essa ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 744 milioni di euro.

**7.** Conad Sicilia Soc. Coop. (di seguito, anche "Conad Sicilia") associa circa 180 imprenditori che gestiscono oltre 350 punti vendita localizzati in Calabria e Sicilia. Essa ha realizzato, nel 2018, un fatturato pari a circa 562 milioni di euro.

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

**9.** Auchan S.p.A. (di seguito, anche "Auchan") è una società italiana attiva nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, mediante una rete di 269 punti vendita (di seguito, anche "pv") gestiti direttamente o attraverso società controllate (in particolare, le società SMA S.p.A., di seguito anche "SMA", e Società Generale Distribuzione S.p.A., di seguito anche "SDG") a insegna Simply, Punto Simply, SimplyCity, La Bottega, Auchan, My Auchan e Ipsersimply, diffusi su tutto il territorio nazionale<sup>2</sup>. Auchan è altresì titolare di ulteriori 49 pv attualmente oggetto di affitto a favore di terzi. Risultano inoltre affiliati a SMA 201 pv con contratti di *franchising* (di cui 10 in scadenza nel 2019), nonché ulteriori 775 pv con sei contratti di *master franchising* (di cui 3 in scadenza entro il 1° gennaio 2020).

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

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

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

## II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

**10.** L'operazione in esame consiste nell'acquisizione da parte di BDC, società veicolo appositamente costituita e controllata da CONAD, dell'intero capitale sociale di Auchan<sup>3</sup> al fine del trasferimento, in tutto o in parte, dei pv acquisiti alle Cooperative socie.

In particolare, i 269 pv gestiti direttamente da Auchan o dalle sue controllate (di seguito, "pv diretti") nonché i 49 pv oggetto di affitto a favore di terzi (di seguito, "pv in affitto") acquisiti da CONAD nell'ambito della presente operazione saranno, in tutto o in parte, trasferiti da CONAD alle singole Cooperative del sistema CONAD, sulla base della rispettiva collocazione geografica. Si tratta di 318 pv (78 ipermercati, 176 supermercati e 64 superette) che, sulla base dello schema di ripartizione geografica in essere all'interno del sistema CONAD, saranno, in tutto o in parte, trasferiti a: CIA (massimo 131 pv), Conad Centro Nord (massimo 70 pv), PAC2000 (massimo 48 pv), Conad Adriatico (massimo 37 pv), Coop Nord Ovest (massimo 27 pv) e Conad Sicilia (massimo 5 pv).

I pv in *franchising* e *master franchising* affiliati a SMA non saranno invece trasferiti alle Cooperative, poiché tali modelli di *business* non sono compatibili con il sistema CONAD. Tali pv, pertanto, saranno gestiti da CONAD solo fino alla naturale scadenza dell'originario contratto con SMA o all'eventuale terminazione anticipata dallo stesso, continuando a operare con le insegne attuali (riferibili ad Auchan) e secondo le modalità previste dal contratto in essere. I *franchisee* che vorranno associarsi, in qualità di dettaglianti, alle singole Cooperative potranno farne richiesta nel rispetto dei relativi requisiti e secondo tempistiche da definire di volta in volta tra le parti.

**11.** Soldanelle SA e le proprie affiliate si sono obbligate, per un periodo di tre anni dalla cessione di Auchan, ad astenersi dallo svolgere in Italia, direttamente o indirettamente, le attività di vendita all'ingrosso, gestione di

<sup>2</sup> [Ai sensi del contratto per l'acquisizione dell'intero capitale sociale di Auchan, sono stati previsti ed effettuati, come adempimenti preliminari al closing, la cessione a terzi della partecipazione all'intero capitale sociale di IDS International Drugstore Italia s.r.l. nonché di specifici punti vendita localizzati in Sicilia (cfr. C12246 - FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA -DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, provv. n. 27949 del 15 ottobre 2019, in Boll.n. 42/2019).]

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

<sup>3</sup> [L'acquisizione si è perfezionata in data 31 luglio 2019. ]

ipermercati, supermercati e superette e qualsiasi ulteriore tipologia di distribuzione su larga scala di prodotti alimentari (incluse bevande alcoliche) e *pet food*.

### III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

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

**13.** Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge<sup>4</sup>, in quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 498 milioni di euro e in quanto il fatturato totale realizzato individualmente a livello nazionale da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

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

### IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

#### IV.I. I mercati rilevanti

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

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

**16.** Secondo la prassi consolidata dell'Autorità<sup>5</sup>, nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO) operano, a livello nazionale, molteplici operatori con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegata. In particolare, la GDO viene solitamente suddivisa in: Grande Distribuzione (GD), nella quale sono comprese le grandi catene distributive organizzate in forma di impresa o 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.

**17.** All'interno della GDO possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*), che si differenziano rispetto a un insieme 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.

**18.** Sulla base di un consolidato orientamento dell'Autorità, esiste una catena di sostituibilità tra le diverse tipologie di punti vendita che fa sì che le relazioni maggiormente significative, ai fini della delimitazione dei mercati, risultino limitate alle categorie fra loro immediatamente contigue sotto il profilo dimensionale. Le relazioni di sostituibilità non sono, peraltro, necessariamente simmetriche, potendosi ipotizzare che i punti vendita di dimensioni più elevate esercitino una maggiore pressione concorrenziale.

**19.** Nei propri precedenti, l'Autorità ha conseguentemente identificato l'esistenza di mercati merceologici distinti per ciascuna categoria dimensionale di punti vendita, definiti in particolare come segue:

- i*) il mercato delle *superette* (100-400 mq), composto dalle *superette* e dai supermercati medio-piccoli (aventi una superficie compresa tra 400 e 1.500 mq);
- ii*) il mercato dei supermercati (400-2.500 mq), composto da tutti i supermercati, dalle *superette* e dagli ipermercati;
- iii*) il mercato degli ipermercati (dai 2.500 mq in su), composto dagli ipermercati e dai grandi supermercati (di dimensione pari o superiore ai 1.500 mq).

**20.** Con specifico riferimento al canale *discount*, l'Autorità, nei propri precedenti più recenti<sup>6</sup>, pur ritenendo sussistente una catena di rapporti di sostituibilità, estesa dagli *hard discount* e dai *soft discount* sino agli altri punti vendita della distribuzione moderna di categoria dimensionale corrispondente, ha lasciato aperta la definizione del mercato merceologico, calcolando le quote di mercato sia nell'ipotesi di inclusione dei *discount* nei suddetti mercati merceologici, sia nell'ipotesi di un mercato rilevante costituito dai soli *discount*. Poiché gli effetti della concentrazione in

<sup>4</sup> [Cosi' come modificato dall'articolo 5-bis, comma 2, lettera c), del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito in legge 24 marzo 2012, n. 27 e dalla Delibera dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato n. 27591 del 20 marzo 2019.]

<sup>5</sup> [Cfr. IC43 - SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, provv. n. 24465 del 24 luglio 2013, in Boll. n. 31/2013; C12229 - MD/21 RAMI DI AZIENDA ROBERTO ABATE, provv. n. 27788 del 16 aprile 2019, in Boll. n. 24/2019; C12177 - COMMERCianti INDIPENDENTI ASSOCIATI/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO, provv. n. 27368 del 3 ottobre 2018, in Boll. n. 39/2018; C12178 - CONAD ADRIATICO/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO, provv. n. 27369 del 3 ottobre 2018, in Boll. n. 39/2018; C11968 - COOP CENTRO ITALIA/GRANDI MAGAZZINI SUPERCONTI - SUPERCONTI SUPERMERCATI TERNI - SUPERCONTI SERVICE, provv. n. 25419 del 8 aprile 2015, in Boll. n. 14/2015.]

<sup>6</sup> [Cfr., da ultimo, C12163 - NUOVA DISCOUNT/RAMO DI AZIENDA DICO, provv. n. 27178 del 9 maggio 2018, in Boll. n. 23/2018.]

esame differiscono in misura non trascurabile a seconda dell'inclusione o meno della categoria *discount* nel mercato rilevante, nella presente istruttoria appare necessario approfondire il rapporto di sostituibilità (*rectius* il grado di concorrenza reciproca) ad oggi esistente tra punti vendita della tipologia *discount* e punti vendita "tradizionali".

**21.** Sulla base della prassi fin qui adottata dall'Autorità, per i 64 punti vendita di dimensioni inferiori ai 400 mq, il mercato del prodotto interessato dalla presente operazione risulta quello delle *superette*; per i 176 punti vendita di dimensioni superiori ai 400 mq e inferiori ai 2500 mq, il mercato del prodotto è quello dei supermercati; per gli ulteriori 78 punti vendita, le cui dimensioni superano i 2.500 mq, il mercato del prodotto risulta quello degli ipermercati. Anche sotto questo profilo, tuttavia, nella presente istruttoria appare necessario approfondire il rapporto di sostituibilità (*rectius* il grado di concorrenza reciproca) ad oggi esistente tra punti vendita di diverse dimensioni e caratteristiche.

**22.** Dal punto di vista geografico, i mercati della GDO hanno dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve, tuttavia, 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. È prassi dell'Autorità valutare le condizioni concorrenziali esistenti su specifiche porzioni di territorio delimitate da curve isocrone o isometriche, costruite attorno ai singoli punti vendita interessati dall'operazione<sup>7</sup>.

**23.** In via di prima definizione, sulla base dei precedenti dell'Autorità, i mercati geografici interessati dalla presente operazione sono individuati dall'area delimitata da curve isocrone di 20 minuti di guida, costruite intorno ai punti vendita interessati.

**24.** Già da ora, tuttavia, si evidenzia che si potrà giungere ad una più esatta definizione della dimensione geografica dei mercati rilevanti solo all'esito dell'esame degli ulteriori elementi informativi che saranno acquisiti nel corso dell'istruttoria.

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

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

**26.** Poiché il servizio offerto dalla GDO ai consumatori consiste nella possibilità di acquistare in un unico punto vendita l'intero paniere di prodotti alimentari e non, di largo consumo e di utilizzo quotidiano, ciascuno appartenente ad una categoria merceologica distinta, l'Autorità in passato ha ritenuto che potessero essere individuati diversi mercati di approvvigionamento, distinti per categorie di prodotti<sup>8</sup>. All'interno dell'offerta della GDO, è inoltre possibile distinguere i mercati dell'approvvigionamento sulla base del marchio dei prodotti (es. prodotti a marca privata o del distributore, prodotti a marchio dell'industria, prodotti *unbranded*).

**27.** Al fine di ottenere condizioni di maggior favore in relazione alle quantità domandate per i prodotti a marchio dell'industria, è frequente l'aggregazione tra catene della GDO (in forma di associazione di imprese e medi-grandi consorzi) in c.d. "centrali di acquisto"<sup>9</sup>. Al fine di ottimizzare la negoziazione con produttori aventi carattere multinazionale, tali centrali di acquisto hanno, negli ultimi anni, posto in essere un percorso di aggregazione con soggetti omologhi tramite accordi di natura internazionale.

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

#### **IV.II. Gli effetti dell'operazione**

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

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

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

---

<sup>7</sup> [Cfr., ad esempio, C12229 - MD/21 RAMI DI AZIENDA ROBERTO ABATE, provv. n. 27788 del 16 aprile 2019, in Boll. n. 24/2019; C12177 - COMMERCianti INDIPENDENTI ASSOCIATI/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO, provv. n. 27368 del 3 ottobre 2018, in Boll. n. 39/2018; C12178 - CONAD ADRIATICO/RAMO DI AZIENDA DI IPER MONTEBELLO, provv. n. 27369 del 3 ottobre 2018, in Boll. n. 39/2018; C11968 - COOP CENTRO ITALIA/GRANDI MAGAZZINI SUPERCONTI - SUPERCONTI SUPERMERCATI TERNI - SUPERCONTI SERVICE, provv. n. 25419 del 8 aprile 2015, in Boll. n. 14/2015.]

<sup>8</sup> [I768 - CENTRALE D'ACQUISTO PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, provv. n. 25090 del 17 settembre 2014, in Boll. n. 38/2014.]

<sup>9</sup> [Cfr. IC43 - SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, cit.]

**31.** Le operazioni in esame risultano infatti suscettibili di determinare sovrapposizioni orizzontali significative in 17 mercati locali delle *superette* (v. Tabella 1), 92 mercati locali dei supermercati (v. Tabella 2) e 38 mercati locali degli ipermercati (v. Tabella 3), costituiti dalle isocrone centrate sui pv elencati nelle tabelle che seguono. In tali mercati locali, le quote *post merger* delle Parti<sup>10</sup>, calcolate in via preliminare su isocrone di 20 minuti di guida, costruite intorno ai punti vendita interessati e considerando il canale *discount* come non appartenente ai mercati rilevanti, si collocano su livelli superiori al 25%<sup>11</sup>, con incrementi non trascurabili ascrivibili alla concentrazione in esame. Non si esclude tuttavia che, all'esito dell'acquisizione di ulteriori elementi informativi nel corso dell'istruttoria, le quote di mercato e gli ambiti locali suscettibili di determinare preoccupazioni concorrenziali possano in parte modificarsi.

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

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato Conad	Quota di mercato Auchan	Quota di mercato aggregata Parti
1	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
2	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
3	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
4	MYAUCHAN [omissis] SO	[25-30%]	[20-25%]	[45-50%]
5	MYAUCHAN [omissis] SO	[25-30%]	[20-25%]	[45-50%]
6	PUNTO SIMPLY [omissis] FE	[40-45%]	[1-5%]	[40-45%]
7	PUNTO SIMPLY [omissis] FE	[50-55%]	[1-5%]	[50-55%]
8	PUNTO SIMPLY [omissis] VE	[40-45%]	[5-10%]	[50-55%]
9	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[25-30%]	[20-25%]	[50-55%]
10	PUNTO SMA [omissis] FC	[45-50%]	[1-5%]	[50-55%]
11	PUNTO SIMPLY [omissis] MC	[25-30%]	[1-5%]	[30-35%]
12	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[30-35%]	[20-25%]	[50-55%]
13	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[40-45%]	[5-10%]	[45-50%]
14	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[40-45%]	[15-20%]	[60-65%]
15	PUNTO SIMPLY [omissis] MC	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
16	PUNTO SIMPLY [omissis] FM	[30-35%]	[20-25%]	[50-55%]
17	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]

**Fonte:** le Parti. Elaborazioni: AGCM.

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

<sup>10</sup> [Le quote in valore sono state calcolate sulla base dei dati forniti dalla parte relativi al fatturato realizzato, nel 2018, da ciascun pv proprio, acquisito e dei concorrenti.]

<sup>11</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".]

<b>n.</b>	<b>Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)</b>	<b>Quota di mercato Conad</b>	<b>Quota di mercato AUCHAN</b>	<b>Quota di mercato aggregata Parti</b>
1	SIMPLY [omissis] BG	[20-25%]	[1-5%]	[25-30%]
2	IPERSIMPLY [omissis] BS	[15-20%]	[20-25%]	[35-40%]
3	SIMPLY [omissis] FC	[60-65%]	[1-5%]	[65-70%]
4	SMA [omissis] MC	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]
5	SIMPLY [omissis] MC	[1-5%]	[35-40%]	[35-40%]
6	SIMPLY [omissis] PE	[20-25%]	[25-30%]	[45-50%]
7	IPERSIMPLY [omissis] TE	[20-25%]	[15-20%]	[35-40%]
8	MY AUCHAN [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
9	SIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
10	PUNTO SIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
11	SIMPLY [omissis] AN	[1-5%]	[30-35%]	[35-40%]
12	SIMPLY [omissis] RN	[70-75%]	[1-5%]	[75-80%]
13	IPERSIMPLY [omissis] PE	[30-35%]	[15-20%]	[50-55%]
14	SIMPLY [omissis] PE	[30-35%]	[20-25%]	[55-60%]
15	PUNTO SIMPLY [omissis] PC	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]
16	PUNTO SIMPLY [omissis] PC	[5-10%]	[15-20%]	[25-30%]
17	MYAUCHAN [omissis] PC	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]
18	SIMPLY [omissis] PR	[30-35%]	[5-10%]	[40-45%]
19	PUNTO SIMPLY [omissis] PC	[50-60%]	[10-15%]	[60-65%]
20	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[15-20%]	[35-40%]
21	SIMPLY CITY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[30-35%]
22	SIMPLY CITY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[30-35%]
23	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
24	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
25	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[1-5%]	[30-35%]
26	SIMPLY [omissis] RM	[30-35%]	[10-15%]	[40-45%]
27	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
28	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[20-25%]	[30-35%]
29	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
30	SIMPLY CITY [omissis] RM	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]
31	SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[20-25%]	[35-40%]
32	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]

<b>n.</b>	<b>Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)</b>	<b>Quota di mercato Conad</b>	<b>Quota di mercato AUCHAN</b>	<b>Quota di mercato aggregata Parti</b>
33	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
34	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]
35	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
36	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[30-35%]
37	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]
38	SIMPLY [omissis] RM	[30-35%]	[10-15%]	[40-45%]
39	SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]
40	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[5-10%]	[25-30%]
41	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]
42	SIMPLY [omissis] RM	[10-15%]	[20-25%]	[30-35%]
43	SIMPLY [omissis] BG	[30-35%]	[20-25%]	[55-60%]
44	SIMPLY [omissis] RM	[25-30%]	[5-10%]	[35-40%]
45	SIMPLY [omissis] RM	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]
46	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
47	SIMPLY [omissis] RM	[35-40%]	[10-15%]	[45-50%]
48	SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[30-35%]
49	SIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
50	AUCHAN [omissis] BS	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]
51	SIMPLY [omissis] MI	[40-45%]	[10-15%]	[55-60%]
52	SIMPLY [omissis] BS	[15-20%]	[25-30%]	[40-45%]
53	SIMPLY [omissis] BS	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
54	IPERSIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[30-35%]	[35-40%]
55	AUCHAN [omissis] BS	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]
56	SIMPLY [omissis] BS	[1-5%]	[30-35%]	[35-40%]
57	SIMPLY [omissis] BS	[1-5%]	[25-30%]	[30-35%]
58	SIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
59	AUCHAN [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
60	AUCHAN [omissis] BS	[1-5%]	[30-35%]	[30-35%]
61	SIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[20-25%]	[30-35%]
62	SIMPLY [omissis] PU	[35-40%]	[5-10%]	[45-50%]
63	PUNTO SIMPLY [omissis] PU	[40-45%]	[1-5%]	[40-45%]
64	SIMPLY [omissis] PU	[35-40%]	[5-10%]	[45-50%]

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato Conad	Quota di mercato AUCHAN	Quota di mercato aggregata Parti
65	IPERSIMPLY [omissis] AN	[10-15%]	[30-35%]	[40-45%]
66	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[40-45%]	[45-50%]
67	SIMPLY [omissis] PU	[30-35%]	[5-10%]	[40-45%]
68	IPERSIMPLY [omissis] AN	[inferiore a 1%]	[40-45%]	[40-45%]
69	SIMPLY [omissis] PU	[60-65%]	[15-20%]	[75-80%]
70	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[40-45%]	[45-50%]
71	PUNTO SIMPLY [omissis] Ancona AN	[1-5%]	[30-35%]	[30-35%]
72	SIMPLY [omissis] FM	[20-25%]	[15-20%]	[35-40%]
73	IPERSIMPLY [omissis] MC	[10-15%]	[15-20%]	[30-35%]
74	SIMPLY [omissis] PG	[40-45%]	[1-5%]	[45-50%]
75	IPERSIMPLY [omissis] PE	[35-40%]	[15-20%]	[50-55%]
76	PUNTO SIMPLY [omissis] VE	[40-45%]	[10-15%]	[55-60%]
77	SIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
78	SIMPLY [omissis] FM	[25-30%]	[15-20%]	[40-45%]
79	PUNTO SIMPLY [omissis] AN	[1-5%]	[30-35%]	[30-35%]
80	SIMPLY [omissis] PU	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]
81	PUNTO SIMPLY [omissis] MC	[1-5%]	[20-25%]	[25-30%]
82	SIMPLY [omissis] FC	[40-45%]	[1-5%]	[40-45%]
83	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[45-50%]	[55-60%]
84	PUNTO SIMPLY [omissis] AN	[1-5%]	[30-35%]	[30-35%]
85	SIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[20-25%]	[30-35%]
86	SIMPLY CITY [omissis] FC	[60-65%]	[1-5%]	[65-70%]
87	PUNTO SIMPLY [omissis] PU	[25-30%]	[30-35%]	[60-65%]
88	PUNTO SIMPLY [omissis] MC	[5-10%]	[20-25%]	[30-35%]
89	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[15-20%]	[35-40%]
90	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
91	PUNTO SIMPLY [omissis] RM	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]
92	SIMPLY [omissis] NA	[20-25%]	[5-10%]	[25-30%]

Fonte: le Parti. Elaborazioni: AGCM.

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

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato Conad	Quota di mercato AUCHAN	Quota di mercato aggregata Parti
----	----------------------------------------------------	------------------------	-------------------------	----------------------------------

<b>n.</b>	<b>Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)</b>	<b>Quota di mercato Conad</b>	<b>Quota di mercato AUCHAN</b>	<b>Quota di mercato aggregata Parti</b>
1	AUCHAN [omissis] LO	[5-10%]	[15-20%]	[25-30%]
2	SIMPLY [omissis] FR	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]
3	IPERSIMPLY [omissis] AP	[10-15%]	[20-25%]	[35-40%]
4	AUCHAN [omissis] FM	[15-20%]	[20-25%]	[40-45%]
5	AUCHAN [omissis] CA	[25-30%]	[45-50%]	[70-75%]
6	AUCHAN [omissis] OT	[25-30%]	[45-50%]	[75-80%]
7	AUCHAN [omissis] NA	[30-35%]	[45-50%]	[80-85%]
8	IPERSIMPLY [omissis] MC	[5-10%]	[35-40%]	[45-50%]
9	AUCHAN [omissis] PE	[20-25%]	[30-35%]	[50-55%]
10	AUCHAN [omissis] NA	[25-30%]	[35-40%]	[60-65%]
11	AUCHAN [omissis]	[5-10%]	[25-30%]	[30-35%]
12	SIMPLY [omissis] LT	[25-30%]	[5-10%]	[30-35%]
13	IPERSIMPLY [omissis] MN	[40-45%]	[15-20%]	[55-60%]
14	AUCHAN [omissis] CN	[15-20%]	[25-30%]	[40-45%]
15	IPERSIMPLY [omissis] TE	[15-20%]	[20-25%]	[35-40%]
16	AUCHAN [omissis] PE	[20-25%]	[30-35%]	[55-60%]
17	AUCHAN [omissis] NA	[15-20%]	[35-40%]	[50-55%]
18	AUCHAN [omissis] NA	[20-25%]	[35-40%]	[60-65%]
19	AUCHAN [omissis] RM	[30-35%]	[65-70%]	[90-100%]
20	IPERSIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[25-30%]	[35-40%]
21	IPERSIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[35-40%]	[40-45%]
22	AUCHAN [omissis] BS	[5-10%]	[30-35%]	[40-45%]
23	AUCHAN [omissis] RM	[15-20%]	[30-35%]	[45-50%]
24	IPERSIMPLY [omissis] BS	[15-20%]	[25-30%]	[40-45%]
25	AUCHAN [omissis] BS	[1-5%]	[30-35%]	[35-40%]
26	IPERSIMPLY [omissis] LO	[10-15%]	[45-50%]	[60-65%]
27	IPERSIMPLY [omissis] BS	[5-10%]	[30-35%]	[35-40%]
28	AUCHAN [omissis] BS	[5-10%]	[35-40%]	[40-45%]
29	AUCHAN [omissis] BG	[10-15%]	[35-40%]	[45-50%]
30	IPERSIMPLY [omissis] AN	[5-10%]	[40-45%]	[45-50%]
31	IPERSIMPLY [omissis] MC	[5-10%]	[45-50%]	[55-60%]
32	AUCHAN [omissis] SS	[40-45%]	[25-30%]	[65-70%]

n.	Isocrone rilevanti (insegna, indirizzo, provincia)	Quota di mercato Conad	Quota di mercato AUCHAN	Quota di mercato aggregata Parti
33	AUCHAN [omissis] CA	[25-30%]	[30-35%]	[55-60%]
34	AUCHAN [omissis] PA	[10-15%]	[35-40%]	[50-55%]
35	AUCHAN [omissis] PA	[5-10%]	[45-50%]	[50-55%]
36	IPERSIMPLY [omissis] PG	[15-20%]	[20-25%]	[40-45%]
37	AUCHAN [omissis] RM	[1-5%]	[25-30%]	[30-35%]
38	AUCHAN [omissis] RM	[1-5%]	[25-30%]	[30-35%]

**Fonte:** le Parti. Elaborazioni: AGCM.

**32.** Considerato il livello aggregato delle quote - che si attestano, in alcune aree, ben al di sopra del 50% - unitamente alla rilevante e capillare presenza di punti vendita del sistema CONAD sul territorio nazionale e all'importanza e notorietà delle insegne dei punti vendita acquisiti, si ritiene che l'operazione in esame possa ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva nei 147 mercati locali della vendita al dettaglio sopra individuati, determinando il rafforzamento o la costituzione di una posizione dominante, anche a danno dei consumatori.

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

**33.** Con riguardo ai mercati dell'approvvigionamento, la posizione di CONAD all'esito della concentrazione può essere approssimata dalla somma delle quote delle vendite effettuate a livello nazionale dalle imprese aderenti alla centrale di acquisto CONAD - Finiper (14,9%) e delle vendite realizzate da Auchan e dalle altre catene aderenti alla centrale di acquisto Gruppo Levante (complessivamente 9%)<sup>12</sup>. Pertanto, la quota *post merger* di CONAD nel mercato degli approvvigionamenti è stimabile, sulla base dei dati forniti dalle Parti, in circa il 24%, tale da consentire a CONAD di divenire il primo operatore del mercato, seguito da ESD Italia (20%) e Coop Italia (13%).

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

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

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

#### DELIBERA

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

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

<sup>12</sup> [Con la quale il rapporto contrattuale proseguirà sino alla naturale scadenza, ossia il 31 dicembre 2021.]

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

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

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

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

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*