

C12488 - BUBBLES BIDCO/QUATTRO

Provvedimento n. 30310

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 ottobre 2022;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Bubbles BidCo S.p.A., pervenuta il 9 settembre 2022, ai sensi dell'articolo 16 della legge n. 287/1990;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Bubbles BidCo S.p.A. (d'ora in avanti, Bubbles o la Parte notificante) è una *holding* indirettamente controllata da fondi gestiti o *advised* - direttamente o indirettamente - da H.I.G. Capital (d'ora in avanti, H.I.G.)¹.
2. H.I.G. è una società attiva a livello globale nel *private equity* e negli investimenti alternativi e, in particolare, nell'offerta di capitale di debito o *equity* a piccole e medie imprese².
3. Per quanto di interesse ai fini della presente operazione, H.I.G. opera nel settore dei beni di largo consumo e, in particolare, nella vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene e la cura della persona e della casa tramite le seguenti società, acquisite da Bubbles nel 2021 (d'ora in avanti, il Gruppo Bubbles)³:
 - Cesar S.p.A.;
 - Gruppo SDA Srl Servizi Distribuzione Associati e le sue controllate⁴;
 - VDM Vaccaro Distribuzione Merci S.r.l..
4. Nel settore in esame, il Gruppo Bubbles è presente - prevalentemente⁵ - tramite punti vendita con l'insegna *Acqua&Sapone* dislocati in varie regioni italiane⁶, attraverso cui commercializza: (i) prodotti per la pulizia della casa di vari marchi (Omino Bianco, Cif, Svelto, etc.); (ii) prodotti per la cura della persona di vari marchi (Nivea, Infasil, Garnier, Lysterine, etc.); (iii) cosmetici; (iv) *gadget* associati.
5. In Sardegna, Bubbles gestisce 25 punti vendita *Acqua&Sapone*, riportati in Tabella 1.

¹ [In particolare, Bubbles è interamente partecipata da Forum Holding 6 S.a' r.l., con sede in Lussemburgo, la quale è indirettamente controllata da Forum Holding 4 S.a' r.l., il cui capitale sociale è detenuto, direttamente o indirettamente, per il 74,8% da H.I.G.]

² [Ulteriori informazioni su H.I.G. sono disponibili agli indirizzi: <https://higcapital.com> e <https://higeurope.com>.]

³ [Cfr. decisione della Commissione Europea del 27 settembre 2021, caso M.10392 - H.I.G. Capital/ Cesar/SDA/VDM.]

⁴ [Si tratta delle società Quamar Distribuzione S.r.l., anch'essa attiva nella vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene e la cura personale, e SRM Trasporti S.r.l., controllata da SDA tramite Quamar, che fornisce servizi logistici e di trasporto infra-gruppo.]

⁵ [Cesar S.p.A. opera anche attraverso i segni distintivi La Saponeria.]

⁶ [In particolare, il Gruppo Bubbles detiene i punti vendita *Acqua&Sapone* localizzati in Abruzzo, Basilicata, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna e Valle d'Aosta.]

Tabella 1 – Punti vendita Acqua&Sapone in Sardegna

N	Provincia / Città metropolitana	Località	Indirizzo	mq
1	Cagliari	Sestu	ex SS131, 35	741
2		Selargius	Via Giuseppe Peretti, 5	696
3		Quartucciu	Via Mandas snc	666
4		Quartu Sant'Elena	Via Fiume, 220	610
5		Cagliari	Via Biasi, 25	460
6		Cagliari	Via Calamattia, 3	421
7		Cagliari	Via Bacaredda, 86	394
8	Nuoro	Nuoro	Zona Industriale Prato Sardo, snc	1,020
9		Tortoli	Via G. Garibaldi, 1	726
10		Nuoro	Via San Giovanni Bosco (loc. Biscollai)	600
11		Macomer	Via Puglie, 6*	574
12	Sassari	Sassari	Via Predda Niedda, 37/Q	787
13		Sassari	Viale Porto Torres, 119	690
14		Porto Torres	Via dell'Industria angolo Via Pomino	593
15		Sassari	Via Carlo Felice, 48	592
16		Olbia	S.S. 125 Olbia Palau km. 4,800 (loc. Basa)	550
17	Tempio Pausania	Via Calabria snc	530	
18	Alghero	Via Azuni angolo via Costa, snc	495	
19	Olbia	Via Antonio Melis, 3 (aeroporto)	490	
20	Alghero	Largo dello Sperone, 3/6	380	
21	Arzachena	Circonvallazione Palau	348	
22	Sorso	Via Europa ang. Via B.Spanu	344	
23	Sud Sardegna	San Gavino Monreale	Via Maria Carta, Loc. S'Uspidali	598
24		Carbonia	Piazza F. Ciusa, 17	592
25	Oristano	Oristano	Via Cagliari, snc	726

* Indirizzo valido a partire da dicembre 2021, a seguito del trasferimento del punto vendita precedentemente in via Pietro Nenni, 9

Fonte: Formulario di notifica e sito web di Acqua&Sapone (<https://www.acquaesapone.it/punti-vendita>).

6. Il Gruppo Bubbles aderisce al *Consorzio A&S*, che svolge, fra l'altro, attività di *procurement* in favore dei propri membri attraverso la centrale di acquisto ESD Italia S.r.l., della quale il Consorzio è socio (con una quota del 14%), insieme ad Agorà Network, Aspiag Service (concessionaria del marchio Despar in Italia), Selex e Supermercati Uniti Nazionali.

7. Infine il Gruppo Bubbles è attivo - marginalmente - anche nella vendita all'ingrosso di prodotti per la cura della casa e l'igiene della persona.

8. Nel 2020 H.I.G. ha realizzato un fatturato consolidato di [20-30]* miliardi di euro, di cui circa [1-2] miliardi di euro in Italia.

9. Quattro S.r.l. (d'ora in avanti, Quattro o la *Target*), interamente controllata da Varoni S.r.l.⁷, è attiva nel commercio al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona, attraverso 62 punti vendita, tutti situati in Sardegna, con le insegne *Saponi&Profumi* e *PiùMe* (Tabella 2)⁸.

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

⁷ [Varoni S.r.l. è controllata da due persone fisiche.]

⁸ [Quattro possiede, inoltre, due punti vendita con l'insegna *Je suis profumerie* situati a Cagliari e Olbia, in cui commercializza prodotti cosmetici di alta gamma.

Quattro è attiva anche nella vendita, al dettaglio e all'ingrosso, di prodotti non riconducibili al settore cura della casa e cura della persona, quali: *Pet Care*, *Elettrodomestici/cine/foto*, *Tessile/abbigliamento/calzature*, *Alimentare*. Tali attività hanno generato, nel 2021, vendite per un valore complessivo pari a circa [1-10] milioni di euro.]

Tabella 2 – Punti vendita Saponi&Profumi e PiùMe in Sardegna

N	Provincia / Città metropolitana	Località	Indirizzo	mq
1	Cagliari	Cagliari	Viale Elmas, 67	523
2		Assemini	Via Carmine, 91	520
3		Selargius	Via della Libertà, 22	442
4		Senorbì	Via Carlo Sanna	404
5		San Vito	Via Niccolò Copernico	398
6		Quartu Sant'Elena	Via Danimarca, 149	369
7		Dolianova	Corso Repubblica, 42	360
8		Uta	Via Stazione, 142	340
9		Capoterra	Via Cagliari, 20	330
10		Isili	Corso Vittorio Emanuele, 10	320
11		Su Planu	Via Piero della Francesca, 5	318
12		Monserrato	Vico Monte Arci, 40	310
13		Villasor	Via Cagliari, 68	297
14		Sinnai	Viale della Libertà, 87	285
15		Sestu	Via Vittorio Veneto, 147	250
16		Cagliari	Via Pola, 45/47	250
17		Quartu Sant'Elena	Via Vittorio Emanuele, 161/163	250
18		Quartu Sant'Elena	Via Cagliari, 121	250
19		Quartu Sant'Elena	Via Colombo, 58	249
20		Cagliari	Via Giovanni Battista Tuveri, 54	245
21		Cagliari	Via Is Mirrionis, 97/B	226
22		Decimomannu	Via Nazionale, 40A	222
23	Sud Sardegna	Carbonia	Via Stazione	497
24		Iglesias	Via Garibaldi, 25	434
25		Iglesias	Via Capuccini, 1	431
26		Guspini	Via Giacomo Matteotti, 127	428
27		Sanluri	Via Carlo Felice, 78	275
28		Villacidro	Via Nazionale, 122	250
29		Sant'Antioco	Via Roma, 31	249
30		Serramanna	Via Fra' Ignazio, 5/7	219
31		Samassi	Via Angioy, 5/7	199
32		San Gavino Monreale	Viale Rinascita, 65	150
33	Sassari	Sassari	Viale Porto Torres, 24	1,142
34		Olbia	Viale Aldo Moro, 237	700
35		Olbia	Via dei Liutai, 6	579
36		La Maddalena	Via Terralugiana, 68	531
37		Sorso	Via Marina, 1	512
38		Ittiri	Via della Resistenza, 4	477
39		Porto Torres	Via Antonelli, 16	400
40		Sassari	Via Budapest, snc	376
41		Sassari	Via Carlo Felice, 33	360
42		Olbia	Via Vittorio Veneto, 15/B	302

43	Tempio Pausania	Via don Sturzo, 16	270	
44	Alghero	Via Giovanni XXIII, 77	250	
45	Palau	Via Razzoli, 36	250	
46	Alghero	Via XX Settembre, 116	250	
47	Ozieri	Via Badde Aini, 3	245	
48	Sassari	Viale Italia, 7C	228	
49	Valledoria	Corso Europa, 87/A	218	
50	Budoni	Via Nazionale	149	
51	Nuoro	Lanusei	Via Ilbono, snc	450
52		Nuoro	Via A. Lamarmora, 112/122	275
53		Nuoro	Viale della Repubblica, 27 /33	250
54		Tortolì	Via Monsignor Virgilio, 50	250
55		Siniscola	Via G.F. Conteddu, 112	240
56		Dorgali	Via Molise	148
57	Oristano	Ghilarza	Via Marco Polo, 8A	353
58		Cabras	Via Giacomo Leopardi, 87A	289
59		Mogoro	Via Gramsci, 37/A	276
60		Oristano	Via Carducci, 22	250
61		Oristano	Via Tirso, 110	249
62		Terralba	Via Marceddi, 32	248

Fonte: Formulario di notifica e sito web di Saponi&Profumi (<https://www.saponieprofumi.it/punti-vendita>)⁹.

10. Nei punti vendita *Saponi&Profumi*, Quattro distribuisce: (i) prodotti per l'igiene della casa di vari marchi (Lysoform, Sole, WC Net, Coccolino, etc.); (ii) prodotti per la cura della persona di vari marchi (Lycia, Garnier, BIC, Pasta del Capitano, etc.); (iii) cosmetici; (iv) *gadget* associati.

11. Quattro aderisce al *Consorzio Promotre S.c.r.l.* (di cui detiene una quota del 33,33%), il quale svolge, tra l'altro, attività di *procurement* in favore dei propri membri, attraverso la centrale di acquisto CRAI Secom S.p.A.¹⁰.

12. Infine, Quattro è attiva - marginalmente - anche nella vendita all'ingrosso di prodotti per la cura della casa e l'igiene della persona, approvvigionando piccoli negozi alimentari dislocati sul territorio sardo¹¹.

13. Nel 2020 il fatturato consolidato di Quattro è stato pari a [31-100] milioni di euro, interamente realizzati in Italia¹².

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

14. L'operazione consiste nell'acquisizione da parte di H.I.G. Capital, attraverso Bubbles BidCo, del controllo esclusivo di Quattro S.r.l..

15. Sulla base del contratto di compravendita di partecipazioni (d'ora in poi, anche SPA) sottoscritto il 18 maggio 2022, Quattro si impegna a dismettere, prima del *closing* dell'operazione, le partecipazioni detenute in altre società, le quali, pertanto, non saranno oggetto di trasferimento¹³.

16. Lo SPA prevede, inoltre, per un periodo di tre anni dal *closing*:

(i) *un obbligo di non concorrenza*, in virtù del quale Quattro e la persona fisica che la controlla si impegnano a non svolgere in Italia attività nei settori in cui è attiva Bubbles, e a non detenere - in via diretta o indiretta - partecipazioni di controllo in società che svolgano le medesime attività di Bubbles in Italia;

(ii) *un obbligo di non sollecitazione*, in virtù del quale Quattro si impegna a non offrire l'assunzione o incarichi di lavoro a qualunque soggetto ricopra una posizione in Bubbles, e a non assumere la qualifica di dipendente/prestare servizi in favore di qualsiasi società attiva in Italia nei medesimi settori in cui è attiva Bubbles;

⁹ [Rispetto alle informazioni disponibili sul sito web di Saponi&Profumi, nell'elenco fornito dalla Parte notificante, manca il punto vendita situato a Sant'Antioco, in via della Rinascita 25, aperto a giugno 2022, in sostituzione di un punto vendita di materiali edili.]

¹⁰ [Tale quota sarà dismessa prima del *closing* dell'operazione in esame e il rapporto contrattuale con CRAI Secom risolto (vedi infra).]

¹¹ [Ulteriori informazioni su Quattro sono disponibili agli indirizzi <https://www.saponieprofumi.it> e <https://www.jesuisprofumerie.it/prodotti>.]

¹² [Il bilancio relativo al 2021 non è ancora disponibile. Sulla base di stime fornite dalla Parte, il fatturato realizzato nel 2021 in Italia da Quattro è pari a circa [31-100] milioni di euro.]

¹³ [In particolare, Quattro dismetterà le seguenti partecipazioni:

- 33,33% del capitale sociale di Consorzio Promotre S.c.r.l.;
- 25% del capitale sociale di Beauty&Home Brands S.r.l.;
- 20% del capitale sociale di Golden Group S.r.l.;
- 22,05% del capitale sociale di PiuMè S.r.l.;
- 23% del capitale sociale di Sviluppo Sud S.r.l..]

(iii) un obbligo di non sollecitazione, in virtù del quale Quattro si impegna a non sollecitare i fornitori di Bubbles a interrompere le loro relazioni commerciali con la medesima ovvero a modificare negativamente i termini e/o le condizioni di tali relazioni commerciali.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

17. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di un'impresa, costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, del Regolamento CE n. 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio in Italia, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 517 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio in Italia, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

18. I patti di non concorrenza e non sollecitazione sopra descritti saranno oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria per valutarne l'accessorietà rispetto all'operazione notificata.

IV. VALUTAZIONI

IV.1. Il settore interessato

19. In considerazione dell'attività delle Parti, il settore interessato dall'operazione in esame è quello della distribuzione al dettaglio di prodotti per l'igiene e la pulizia della casa (d'ora in avanti, *home care*) e della cura della persona (*personal care*) e di prodotti di profumeria e cosmetici. Tali prodotti possono essere suddivisi sulla base dello specifico bisogno che essi intendono soddisfare.

20. Sulla base di dati disponibili, nel 2021 il valore complessivo delle vendite di prodotti *home care* in Italia è stato pari a circa 1,4 miliardi di euro, di cui più di un terzo realizzate nei *drugstore*. Nello stesso anno, la vendita di prodotti *personal care* di cosmetici (compresi i profumi di lusso) ha generato, in Italia, un fatturato complessivo pari a circa 10,6 miliardi di euro.

21. Tali prodotti sono commercializzati da diverse categorie di operatori, tra cui le più importanti sono:

(i) gli esercizi commerciali di piccole dimensioni;

(ii) gli esercizi multi-prodotto con un *focus*, fra l'altro, su prodotti di largo consumo nel settore della cura e igiene per la casa e per la persona (cd. *drugstore*, quali Gruppo Maury's, Casa&Co., Risparmio Casa e Tigotà);

(iii) i punti vendita della grande distribuzione organizzata (GDO).

22. Tutti gli operatori hanno un assortimento che copre le varie categorie di prodotti *home* e *personal care*. I diversi canali tendono a differenziarsi, tuttavia, in relazione all'ampiezza e alla profondità delle referenze in assortimento, al posizionamento di prezzo, al numero e alla qualità dei servizi offerti al consumatore.

IV.2. I mercati rilevanti

23. Ai fini della valutazione della presente operazione, vengono in rilievo i seguenti mercati:

a) il mercato della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici;

b) il mercato della vendita al dettaglio di prodotti cosmetici e profumi di lusso;

c) il mercato dell'approvvigionamento di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona;

d) il mercato della vendita all'ingrosso di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici.

a) *Il mercato della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici*

24. Nel proprio precedente C10818¹⁴, l'Autorità ha identificato il mercato rilevante del commercio al dettaglio di prodotti *home* e *personal care* e di prodotti di profumeria e cosmetici, attraverso punti vendita specializzati (cd. *drugstore*), profumerie e GDO, ad eccezione dei punti vendita di cosmetici e profumi di lusso.

25. La distinzione tra punti vendita di prodotti cosmetici e di profumeria di lusso e quelli di *massa* è stata confermata, recentemente, nel caso C12109¹⁵, in ragione di una serie di caratteristiche dei prodotti tra cui prezzo e qualità, dei criteri seguiti con riguardo a esposizione, presentazione e assistenza alla vendita nei due canali, nonché della circostanza che la vendita al dettaglio di profumi e cosmetici di lusso è spesso organizzata attraverso un sistema di distribuzione selettiva.

26. In entrambi i casi, il canale *online* non è stato considerato parte del mercato rilevante, in quanto all'epoca delle decisioni, questo canale - benché in crescita - costituiva ancora una quota poco significativa delle vendite.

¹⁴ [Cfr. caso C10818 - GruppoSDA/Quamar Distribuzione-Q 12-Q 13-Q 14-C&Q, provv. n. 21872, in Bollettino n. 47/10. Si tratta dell'acquisizione, da parte del gruppo SDA, delle attività commerciali legate al marchio Acqua&Sapone detenute da Quamar. SDA e Quamar sono oggi parte del gruppo H.I.G. Capital.]

¹⁵ [Cfr. caso C12109 - Profumerie Douglas/La Gardenia Beauty-Limoni, provv. n. 26927 in Bollettino n. 2/18.]

27. Controversa appare anche la valutazione del vincolo concorrenziale esercitato dai punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata sui negozi specializzati nella vendita di prodotti per l'igiene della casa e della persona (come quelli delle Parti), in particolare, se si considerano le varie tipologie di punti vendita della GDO (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*).

28. Poiché gli effetti dell'operazione in esame differiscono in misura significativa nell'ipotesi di inclusione o meno, nel mercato rilevante del prodotto, del canale della GDO (o di alcuni suoi segmenti) e/o del canale *online*, in mancanza - allo stato - di evidenze robuste, appare necessario approfondire il rapporto di sostituibilità (*rectius*, il grado di concorrenza reciproca) ad oggi esistente tra negozi specializzati e punti vendita della GDO, nonché con il canale *online*.

29. Dal punto di vista geografico, il mercato della vendita al dettaglio dei prodotti per la persona e la casa ha tipicamente dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. In linea con i richiamati precedenti, nonché con l'orientamento recente dell'Autorità nei mercati della vendita al dettaglio di prodotti di consumo, l'estensione geografica del mercato rilevante può essere individuata nell'area delimitata da curve isocrone di 15 o 20 minuti di guida, costruite intorno ai punti vendita della *target (centroid)* all'interno del perimetro dell'operazione notificata. Anche la definizione geografica del mercato rilevante, pertanto, sarà oggetto di approfondimento nel corso dell'istruttoria.

b) Il mercato della vendita al dettaglio di cosmetici e profumi di lusso

30. Nel caso C12109 già citato, l'Autorità ha individuato il mercato della vendita al dettaglio di prodotti cosmetici e profumi di lusso commercializzati attraverso distributori selettivi, ossia (i) le catene di profumerie *multibrand* nazionali (Douglas, Limoni e La Gardenia, Sephora e Marionnaud e i *corner* di profumeria dei *department store* Coin e La Rinascente); (ii) le catene di profumerie *multibrand* locali; (iii) le profumerie indipendenti.

31. Come detto, tale mercato è stato ritenuto distinto da quello della vendita al dettaglio di cosmetici e profumi destinati al consumo di *massa*.

32. La dimensione geografica del mercato è stata fatta coincidere con *catchment area* costruite intorno a ciascun punto vendita della *target* sulla base di un *travel time* stimato di 20 minuti.

c) Il mercato dell'approvvigionamento di prodotti per la cura della casa e della persona

33. Nel settore della Grande Distribuzione Organizzata, il mercato dell'approvvigionamento è costituito dagli acquisti delle catene della GDO, che rappresentano il lato della domanda, presso i produttori di beni di largo consumo (alimentari e non), che definiscono l'offerta, ai fini della rivendita nel canale della distribuzione moderna¹⁶. L'Autorità ha ritenuto, inoltre, che in tale mercato potessero essere individuati diversi sotto-mercati, distinti per categorie di prodotti.

34. Tale mercato ha dimensione geografica nazionale, in ragione della circostanza che gli acquisiti e le negoziazioni si svolgono a livello nazionale.

35. Le decisioni e le modalità di approvvigionamento dei prodotti per la cura e l'igiene della casa e della persona utilizzati dalle Parti presentano significative analogie con quelli usati dalla GDO, in relazione, in particolare, alla tipologia e alla varietà dei prodotti acquistati e alla partecipazione in consorzi (come il *Consorzio A&S* per l'acquirente e il *Consorzio Promotre* per la *target*) facenti parte delle medesime centrali di acquisto della GDO (come *CRAI Secom* tramite il *Consorzio Promotre* e *ESD* tramite il *Consorzio A&S*).

36. Per tale ragione, si ritiene che l'ampiezza merceologica e geografica del mercato dell'approvvigionamento di prodotti per la cura della casa e della persona definita in relazione alla GDO siano valide anche con riguardo all'attività delle Parti della presente operazione.

d) Il mercato della vendita all'ingrosso di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici

37. Nel citato precedente C10818, l'Autorità ha definito il mercato del commercio all'ingrosso di prodotti per l'igiene della casa e della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici, indipendentemente dalla tipologia di prodotto.

38. Nella più recente decisione relativa al caso C12416¹⁷, sia con riguardo ai prodotti *personal care*, sia ai prodotti *home care*, è stato ritenuto possibile, invece, individuare mercati del prodotto separati, in base alla loro specifica funzione d'uso.

39. Da un punto di vista geografico tale mercato ha dimensione nazionale.

IV.3. Gli effetti dell'operazione

a) Il mercato rilevante della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici

40. Nel mercato della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici, *Acqua&Sapone* e *Saponi&Profumi* rappresentano le due più importanti insegne presenti in

¹⁶ [Cfr. caso C12247B - BDC Italia-Conad/Auchan, provv. n. 28064b del 24 gennaio 2020, in Bollettino n. 10/20.]

¹⁷ [Cfr. caso C12416 - Bolton Group/Madel, provv. n. 30050 del 1° marzo 2022, in Bollettino n. 10/22.]

Sardegna, con punti vendita dislocati su tutto il territorio: H.I.G. è proprietario - attraverso il Gruppo Bubbles - di 25 negozi *Acqua&Sapone*, localizzati principalmente nelle aree intorno a Cagliari e Sassari¹⁸, mentre Quattro gestisce 62 punti vendita *Saponi&Profumi*, due terzi dei quali situati nella parte meridionale dell'isola¹⁹, che - a seguito della concentrazione in esame - entreranno a far parte del Gruppo H.I.G.

Le altre due catene specializzate presenti in Sardegna gestiscono un numero significativamente inferiore di punti vendita: Risparmio Casa e il Gruppo Maury's possiedono, infatti, 8 punti vendita ciascuno²⁰.

41. Nonostante tali differenze, in termini di fatturato, se si considera un'estensione merceologica ristretta, di cui non fa parte la GDO, il mercato risulta suddiviso in parti pressoché omogenee tra le quattro catene: ad esito dell'operazione di concentrazione, pertanto, H.I.G. realizzerà più di metà delle vendite totali di prodotti *home* e *personal care* nella regione, con quote prossime al [50-60%] nella provincia di Oristano e al [90-100%] in quella di Nuoro²¹.

42. Ricomprendendo nel mercato anche la GDO, le Parti rappresentano, a livello regionale, il terzo e quarto operatore, con quote pari a circa, rispettivamente, il [10-15%] e il [10-15%], a fronte di circa il [20-25%] detenuto da Conad²². Risparmio Casa e il Gruppo Maury's detengono, rispettivamente, circa il [10-15%] e il [10-15%].

43. Anche considerando un'estensione merceologica del mercato più ampia, quindi, l'assetto che si delineerà a seguito dell'operazione vede H.I.G. essere il primo operatore, con una quota superiore a quella realizzata - per vendite di prodotti *home* e *personal care* - dalla maggiore catena della GDO e pari al doppio di quella detenuta dal principale concorrente specializzato.

44. Da ultimo, con riguardo agli effetti a livello locale, sulla base dei dati forniti dalla Parte, la concentrazione determina sovrapposizioni orizzontali in 35 mercati locali (si veda la Tabella 3 in Appendice). In molti di questi, la quota di mercato dell'entità *post-merger* sarà uguale o superiore al 25%²³.

45. In conclusione, nel mercato della vendita al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici, l'operazione notificata determina una significativa sovrapposizione orizzontale fra le attività delle Parti e appare suscettibile di produrre effetti pregiudizievoli non trascurabili in numerosi mercati locali.

b) Il mercato rilevante della vendita al dettaglio di prodotti cosmetici e profumi di lusso

46. La presenza della società *target* nel mercato rilevante in esame è limitata a due punti vendita con insegna *Je Suis Profumerie*, situati - come visto - a Olbia e Cagliari, specializzati nella commercializzazione di prodotti cosmetici di fascia medio-alta.

47. Bubbles non è, invece, attivo in tale mercato.

48. Pertanto, dal punto di vista *antitrust*, nei due mercati locali corrispondenti alle *catchment area* dei punti vendita *Je Suis Profumerie* oggetto di cessione, l'operazione non produce dunque effetti apprezzabili, risolvendosi nella sostituzione di un operatore con un altro.

c) Il mercato rilevante dell'approvvigionamento di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona

49. In base alla prassi consolidata dell'Autorità, gli effetti dell'operazione nel mercato rilevante in esame possono essere stimati considerando l'incremento della quota di mercato della centrale di acquisto cui aderisce la società acquirente a seguito dell'assorbimento della domanda di approvvigionamento espressa a livello nazionale dalla *target*.

50. Sulla base delle informazioni fornite dalla Parte, con riguardo alla domanda di prodotti per la cura della casa e della persona, *ESD* - la centrale di acquisto a cui aderisce Bubbles per il tramite del *Consorzio A&S* - risulta essere il

¹⁸ [In particolare, ci sono 7 punti vendita *Acqua&Sapone* nella provincia di Cagliari, 2 nel Sud Sardegna, 11 nella provincia di Sassari, 4 in quella di Nuoro e 1 nell'area di Oristano (vedi, Tabella 1).]

¹⁹ [In particolare, i punti vendita *Saponi&Profumi* sono situati: 22 nella provincia di Cagliari, 18 nel Sud Sardegna, 6 nella provincia di Oristano, 6 in quella di Nuoro e 10 nella provincia di Sassari (vedi, Tabella 2).]

²⁰ [Gli 8 punti vendita *Risparmio Casa* sono localizzati nella provincia di Cagliari (2), in quella di Sassari (2) e nel Sud Sardegna (4) (informazioni disponibili sul sito della Società, all'indirizzo <https://www.risparmiocasa.com/dove-trovarci-e-orari>), mentre quelli del Gruppo *Maury's* nelle province di Cagliari (3), Sassari (3), Oristano (1) e Sud Sardegna (1) (informazioni disponibili sul sito della Società, all'indirizzo <https://www.maurys.it/punti-vendita/sardegna.html>). In Sardegna è presente anche il Gruppo *Europlanet Casa*, che gestisce un unico punto vendita ad Arbatax (provincia di Nuoro, si veda l'indirizzo <https://www.europlanetcasa.it/punti-vendita>).]

²¹ [Stime effettuate sulla base dei dati forniti dalla Parte nel formulario.]

²² [Stime effettuate sulla base dei dati forniti dalla Parte nel formulario. Per i punti vendita della GDO, si è tenuto conto solamente del fatturato derivante dalla vendita di prodotti per la cura della casa e della persona.

Considerata la necessità di acquisire elementi informativi volti a verificare se - e in quale misura - superette, discount e canale online siano in grado di esercitare una pressione concorrenziale sui punti vendita specializzati, le quote di mercato qui riportate sono state calcolate escludendo tali tipologie di punti vendita della GDO e le vendite online dal mercato rilevante.]

²³ [Le quote di mercato riportate in Tabella 3 sono state calcolate ipotizzando isocrone costruite intorno a ciascun punto vendita della *target* oggetto di cessione (centroide) sulla base di un *travel time* stimato di 15 minuti e - analogamente a quanto fatto su base regionale - considerando i discount, i punti vendita della GDO con superficie inferiore a 400 mq (cd. superette) e le vendite online come non appartenenti ai mercati rilevanti. Non si esclude, tuttavia, che, ad esito all'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.]

primo operatore a livello nazionale, con una quota pari a circa il [25-30%], seguito da Forum (la centrale di acquisto che raggruppa, tra gli altri, Crai Secom e Despar Servizi) con circa il [10-15%] e Conad Finiper, con circa il [10-15%].

51. La quota detenuta nel mercato nazionale dell'approvvigionamento di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona da Quattro risulta inferiore all'1%²⁴.

52. Di conseguenza, ad esito dell'operazione, l'incremento della quota di mercato di ESD negli approvvigionamenti di prodotti per la cura della casa e della persona sarà trascurabile e inidoneo a comportare un aumento significativo del potere di mercato lato domanda della centrale di acquisto.

d) Il mercato rilevante della vendita all'ingrosso di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona e di prodotti di profumeria e cosmetici

53. La presenza di Bubbles e Quattro nel mercato nazionale della vendita all'ingrosso di prodotti *home e personal care* risulta residuale.

54. In particolare, la *target* approvvigiona piccoli negozi alimentari dislocati sul territorio sardo, per un fatturato complessivo nel 2021 di [1-5] milioni di euro, mentre il valore totale delle vendite all'ingrosso dei prodotti in questione realizzate nel 2021 a livello nazionale dalle società controllate da Bubbles ammonta a circa [10-31] milioni di euro.

55. Pertanto, l'operazione non risulta suscettibile di ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nel mercato in esame.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame sia suscettibile di ostacolare, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, in modo significativo la concorrenza effettiva, in particolare a causa della costituzione o del rafforzamento di una posizione dominante, in una pluralità di mercati locali della vendita al dettaglio dei prodotti per l'igiene e la pulizia della casa e la cura della persona;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, co. 4, della l. n. 287/90, nei confronti della società Bubbles BidCo S.p.A.;

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

c) che il responsabile del procedimento è il dott. Mario Denni;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Manifatturiero e Servizi della Direzione Generale per la Concorrenza di questa Autorità dai rappresentanti legali della Parte, 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli

²⁴ [Tale quota è stimata considerando le vendite al dettaglio di prodotti per l'igiene della casa e la cura della persona come proxy della quota di Quattro nel mercato degli approvvigionamenti degli stessi prodotti.]

APPENDICE

Tabella 3 – Quote di mercato delle Parti, dell'entità post-merger e del primo concorrente sui mercati locali

MERCATO LOCALE					QUOTE DI MERCATO			PRIMO CONCORRENTE		
N.	INDIRIZZO CENTROIDE	COMUNE	PROV	MQ	BUBBLES	QUATTRO	POST-MERGER	TIPOLOGIA	QUOTA DI MERCATO	Δ
1	VIA CARMINE 91	ASSEMINI	CA	520	[1-5%]	[15-20%]	[20-25%]	GDO	[20-25%]	-[1-5%]
2	VIA IS MIRRIONIS 97/B	CAGLIARI	CA	226	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]	GDO	[25-30%]	-[Inf. a 1%]
3	VIA POLA 45/47	CAGLIARI	CA	250	[10-15%]	[5-10%]	[20-25%]	GDO	[20-25%]	[Inf. a 1%]
4	VIA GIOVAN BATTISTA TUVERI 54	CAGLIARI	CA	245	[10-15%]	[10-15%]	[20-25%]	GDO	[25-30%]	-[1-5%]
5	VIALE ELMAS 67	CAGLIARI	CA	523	[10-15%]	[10-15%]	[20-25%]	GDO	[20-25%]	[1-5%]
10	VIA MONTE ARCI 40	MONSERRATO	CA	310	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	GDO	[15-20%]	[5-10%]
11	VIA VITTORIO EMANUELE 161/163	QUARTU SANT'ELENA	CA	250	[10-15%]	[10-15%]	[20-25%]	GDO	[20-25%]	-[Inf. a 1%]
12	VIA CAGLIARI 121	QUARTU SANT'ELENA	CA	250	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	GDO	[20-25%]	[5-10%]
13	VIA DANIMARCA 149	QUARTU SANT'ELENA	CA	369	[5-10%]	[10-15%]	[20-25%]	GDO	[10-15%]	[5-10%]
14	VIA COLOMBO 58	QUARTU SANT'ELENA	CA	249	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	GDO	[20-25%]	[5-10%]
16	VIALE LIBERTA' 22	SELARGIUS	CA	442	[15-20%]	[10-15%]	[25-30%]	GDO	[15-20%]	[5-10%]
18	VIA VITTORIO VENETO 147	SESTU	CA	250	[10-15%]	[10-15%]	[25-30%]	GDO	[20-25%]	-[1-5%]
19	VIALE DELLA LIBERTÀ 87	SINNAI	CA	285	[10-15%]	[5-10%]	[20-25%]	GDO	[20-25%]	[1-5%]
20	VIA PIERO DELLA FRANCESCA 5/7	SELARGIUS	CA	318	[10-15%]	[5-10%]	[20-25%]	GDO	[25-30%]	-[1-5%]
25	VIALE RINASCITA 65	SAN GAVINO MONREALE	SUD SARD	150	[10-15%]	[15-20%]	[25-30%]	Specializzato	[20-25%]	[5-10%]
26	VIA CARLO FELICE 78	SANLURI	SUD SARD	275	[15-20%]	[15-20%]	[35-40%]	Specializzato	[35-40%]	-[1-5%]
29	VIA STAZIONE	CARBONIA	SUD SARD	497	[5-10%]	[10-15%]	[20-25%]	Specializzato	[35-40%]	-[10-15%]
34	VIALE REPUBBLICA 27/33	NUORO	NU	250	[45-50%]	[10-15%]	[55-60%]	GDO	[25-30%]	[30-35%]
35	VIA LAMARMORA 112/122	NUORO	NU	275	[45-50%]	[10-15%]	[55-60%]	GDO	[25-30%]	[30-35%]
38	VIA MONSIGNOR VIRGILIO 50	TORTOLI'	NU	250	[35-40%]	[5-10%]	[45-50%]	GDO	[15-20%]	[30-35%]
39	VIA LEOPARDI 87/A	CABRAS	OR	289	[15-20%]	[15-20%]	[35-40%]	Specializzato	[25-30%]	[5-10%]
42	VIA CARDUCCI 22	ORISTANO	OR	250	[15-20%]	[15-20%]	[30-35%]	Specializzato	[25-30%]	[5-10%]
43	VIA TIRSO 110	ORISTANO	OR	249	[15-20%]	[15-20%]	[30-35%]	Specializzato	[25-30%]	[5-10%]
45	VIA GIOVANNI XXIII 73/77	ALGHERO	SS	250	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	Specializzato	[20-25%]	[10-15%]
46	VIA XX SETTEMBRE 116	ALGHERO	SS	250	[20-25%]	[10-15%]	[30-35%]	Specializzato	[20-25%]	[10-15%]
49	VIA ANTONELLI 16/C	PORTO TORRES	SS	400	[45-50%]	[15-20%]	[55-60%]	GDO	[15-20%]	[35-40%]
50	VIALE PORTO TORRES 24	SASSARI	SS	1,142	[10-15%]	[5-10%]	[20-25%]	GDO	[25-30%]	-[1-5%]
51	VIA CARLO FELICE 33	SASSARI	SS	360	[10-15%]	[5-10%]	[20-25%]	GDO	[25-30%]	-[1-5%]
52	VIA BUDAPEST SN	SASSARI	SS	376	[10-15%]	[5-10%]	[20-25%]	GDO	[25-30%]	-[1-5%]
53	VIALE ITALIA 12	SASSARI	SS	228	[10-15%]	[5-10%]	[20-25%]	GDO	[25-30%]	-[1-5%]
54	VIALE MARINA 1	SORSO	SS	512	[20-25%]	[10-15%]	[35-40%]	GDO	[20-25%]	[10-15%]
56	VIA VITTORIO VENETO 15/B	OLBIA	SS	302	[10-15%]	[5-10%]	[15-20%]	GDO	[35-40%]	-[15-20%]
58	VIA DON STURZO 16	TEMPIO PAUSANIA	SS	270	[45-50%]	[15-20%]	[65-70%]	GDO	[10-15%]	[50-55%]
59	VIALE ALDO MORO 321	OLBIA	SS	700	[10-15%]	[5-10%]	[15-20%]	GDO	[35-40%]	-[15-20%]
60	VIA DEI LIUTAI 6	OLBIA	SS	579	[10-15%]	[5-10%]	[15-20%]	GDO	[35-40%]	-[15-20%]

Fonte: Elaborazioni interne su dati forniti dalle Parti.