

C11968 - COOP CENTRO ITALIA/GRANDI MAGAZZINI SUPERCONTI-SUPERCONTI SUPERMERCATI TERNI-SUPERCONTI SERVICE

Provvedimento n. 25294

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 gennaio 2015;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società Coop Centro Italia Soc.coop., pervenuta in data 31 ottobre 2014 e integrata in data 29 dicembre 2014;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. COOP CENTRO ITALIA Soc.coop. (di seguito anche CCI) è una cooperativa di consumo attiva nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo; essa opera sia direttamente che mediante la propria controllata M.M.C. Mini Market Coop, attraverso una rete di 69 punti vendita, di cui 49 supermercati, 3 ipermercati e 17 *superette*, localizzati nelle province di Arezzo, Siena, Perugia, Terni, Rieti e L'Aquila. Il fatturato complessivo realizzato da CCI nel 2013 è stato pari a circa 573 milioni di euro.

Coop Centro Italia aderisce al consorzio nazionale Coop Italia, di cui fanno parte nove grandi cooperative (tra cui CCI) e oltre un centinaio di cooperative medie e piccole. Complessivamente, il fatturato realizzato dalle imprese aderenti al sistema Coop è stato pari, nel 2013, a circa 12,7 miliardi di euro.

2. Il GRUPPO SUPERCONTI è un insieme di tre società di proprietà delle famiglie Conti e Antognoli di Terni, il cui fatturato complessivo, nel 2013, è stato pari a circa 142 milioni di euro. Il gruppo opera nel settore della distribuzione moderna di largo e generale consumo e aderisce alla centrale Selex.

In particolare, fanno parte del Gruppo Superconti:

i) Supermercati Superconti Terni S.r.l., attiva mediante una rete di trentadue punti vendita, supermercati e *superette*, localizzati nelle province di Perugia, Terni, Rieti, Viterbo, Roma e Macerata; la società gestisce inoltre nove punti vendita attivi nella distribuzione al dettaglio di articoli di abbigliamento e accessori;

ii) GRANDI MAGAZZINI SUPERCONTI S.p.A., società che eroga servizi commerciali, amministrativi e di marketing alle consociate Supermercati Superconti Terni S.r.l. e Superconti Service S.r.l.;

iii) Superconti Service S.r.l., società che fornisce servizi, prevalentemente logistici, alla Supermercati Superconti Terni.

3. La localizzazione e la ripartizione per metratura dei punti vendita gestiti dal Gruppo Superconti è indicata nella tabella n. 1.

Tab. n. 1 – Ripartizione per metratura dei punti vendita oggetto di acquisizione

| | Mq | TR | PG | VT | RI | RM | MC | Totale |
|---------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
| IPER | > 2.500 | - | - | - | - | - | - | |
| SUPERMERCATI | 1.500 -2.500 | 2 | 2 | 1 | - | - | 1 | 6 |
| | 400 – 1.500 | 10 | 4 | 2 | 1 | 4 | 1 | 22 |
| SUPERETTE | 100-400 | 3 | - | 1 | - | - | - | 4 |
| Totale | | 15 | 6 | 4 | 1 | 4 | 2 | 32 |

Fonte: comunicazione della Parte

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione consiste nell'acquisizione, da parte della società Coop Centro Italia Soc.coop., del controllo esclusivo delle società Grandi Magazzini Superconti S.p.A., Superconti Supermercati Terni S.r.l. e Superconti Service S.r.l., tutte facenti parti del "Gruppo Superconti".

L'operazione prevede inoltre un patto di non concorrenza della durata di cinque anni, consistente nell'impegno, da parte dei venditori, a non svolgere attività in concorrenza con quelle della società acquirente nel settore della GDO e nella zona ricomprendente l'Umbria, il Lazio, le Marche, la Toscana e l'Abruzzo.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di imprese, 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 139/04, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, così 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, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 489 milioni di euro ed il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dalle imprese oggetto di acquisizione è stato superiore a 49 milioni di euro.

Il patto di non concorrenza descritto in precedenza può essere qualificato come accessorio alla concentrazione comunicata solo nella misura in cui contiene restrizioni direttamente connesse alla realizzazione dell'operazione e ad essa necessarie¹. In particolare, gli impegni assunti dai venditori vanno a beneficio dell'acquirente e rispondono all'esigenza di garantire a quest'ultimo il trasferimento dell'effettivo valore delle imprese limitatamente alle attività svolte nei mercati geografici interessati dall'operazione e, in virtù del fatto che l'operazione comporta anche il trasferimento del *know how*, a una durata massima di tre anni.²

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati interessati

6. L'operazione in esame interessa il settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo (GDO).

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punto 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.

7. Secondo un consolidato orientamento dell'Autorità³, nell'ambito della distribuzione moderna, esiste una catena di sostituibilità tra le diverse tipologie di punto vendita che fa sì che le relazioni maggiormente significative, ai fini della delimitazione dei mercati, risultino limitate alle categorie immediatamente contigue sotto il profilo dimensionale.

In particolare, l'Autorità ha identificato l'esistenza di mercati merceologici distinti per ciascuna tipologia di punto vendita (*superette*, supermercati e ipermercati), definiti come segue:

i) il mercato delle *superette* (100-400 mq), composto dalle stesse *superette* e dai supermercati medio-piccoli (aventi una superficie compresa tra 400 e 1.500 mq);

ii) il mercato dei supermercati, composto da tutti i supermercati (400-2.500 mq), 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.).

8. Come evidenziato nella tabella n. 1, i punti vendita oggetto di acquisizione sono: *superette* (quattro), supermercati di dimensione inferiore ai 1.500 mq (ventidue); supermercati di dimensione pari o superiore ai 1.500 mq (sei). La società acquirente opera invece nelle provincie interessate dall'operazione sia attraverso *superette* e supermercati, sia attraverso ipermercati. Nelle medesime provincie, sono presenti anche altre società aderenti al sistema Coop, con punti vendita di tutte le tipologie.

I mercati merceologici interessati dall'operazione sono, pertanto: *i*) i mercati delle *superette*, *ii*) i mercati dei supermercati; *iii*) i mercati degli ipermercati, in ragione della relazione di sostituibilità esistente tra gli ipermercati e i grandi supermercati.

9. Sotto il profilo geografico, il mercato ha dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita. L'esatta delimitazione della dimensione geografica dei mercati deve essere effettuata caso per caso, sulla base della dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e del loro livello di sovrapposizione. In prima approssimazione essa viene circoscritta ai confini amministrativi provinciali; tuttavia, nelle provincie particolarmente estese o, comunque, laddove le quote a livello provinciale risultino particolarmente elevate, è prassi dell'Autorità valutare le condizioni concorrenziali esistenti su specifiche porzioni di territorio delimitate da isocrone o da isometriche costruite attorno ai singoli punti vendita interessati dall'operazione.

Nella presente fattispecie, pertanto, i mercati geografici interessati sono le provincie di Terni, Perugia, Viterbo, Rieti, Roma, Macerata.

¹ [Si veda, al riguardo, la Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (G.U.C.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005).]

² [In particolare, ai sensi della Comunicazione della Commissione, le clausole di non concorrenza sono giustificate per un periodo massimo di tre anni quando la cessione dell'impresa comprende il trasferimento della fedeltà dei clienti tanto come avviamento dell'azienda che come know-how, e per un periodo massimo di due anni quando il trasferimento riguarda soltanto l'avviamento dell'azienda.]

³ [Si vedano, tra gli altri, il Prov. n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037-Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS, in Boll. n. 25/98.]

Gli effetti dell'operazione

Provincia di Terni

10. Gli effetti dell'operazione, in termini di sovrapposizione di quote di mercato, appaiono particolarmente significativi nella provincia di Terni (cfr. tabella n. 2), ove, con particolare riferimento al mercato degli ipermercati, il gruppo acquirente CCI acquisirebbe una quota pari a circa il 60%. Tale quota risulterebbe anche più elevata (di qualche punto percentuale) includendo nel calcolo un punto vendita di CCI che - pur avendo superficie pari a 1.460 mq - risulta inserito all'interno di un centro commerciale e che pertanto potrebbe esercitare una qualche forma di pressione concorrenziale sugli ipermercati. Il secondo operatore, Conad, ha una quota pari circa al 35%.

Nell'isometrica di 20 km costruita attorno all'unico ipermercato gestito da CCI nella provincia di Terni, la quota del nuovo gruppo supererebbe il 50%, attestandosi, secondo le elaborazioni fornite dalla Parte notificante, sul 53,4%.

Tab. n. 2 - Effetti dell'operazione nella provincia di Terni

| TERNI | Ipermercati | Supermercati | Superette |
|-------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| SUPERCONTI | 16,8 | 19,1 | 20,1 |
| CCI | 43,6 | 14,4 | - |
| Unicoop Tirreno | - | 4,4 | 6,6 |
| PAC 2000 (Conad) | 35,5 | 31,1 | 28,9 |

Fonte: elaborazioni su GNLC Nielsen, settembre 2014

11. Nel mercato dei supermercati della medesima provincia di Terni, la quota del nuovo gruppo arriverebbe a circa il 33,5%, in presenza anche di un'altra società del sistema Coop con una quota del 4,4% circa. Nel medesimo mercato, è attivo anche il gruppo Conad, con una quota pari a circa il 31%.

CCI non è invece presente nel mercato delle superette della provincia di Terni, mentre è presente un'altra società del sistema Coop con una quota pari al 6,6%. La quota delle società oggetto di acquisizione è pari a circa il 20%.

Provincia di Viterbo

12. Nel mercato degli ipermercati della provincia di Viterbo, l'operazione determinerebbe l'ingresso ex novo di CCI attraverso l'acquisizione del 6,3% detenuto da Superconti. Su tale mercato sono presenti altre due società del sistema Coop: Unicoop Tirreno, con una quota di circa il 45%, e Distribuzione Roma, con quota pari a circa il 7,5%. Nel medesimo mercato, è inoltre presente Conad, con una quota pari al 39,1%.

Tab. n. 3 - Effetti dell'operazione nella provincia di Viterbo

| VITERBO | Ipermercati | Supermercati | Superette |
|------------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| SUPERCONTI | 6,3 | 3,7 | 2,9 |
| CCI | - | - | - |
| Unicoop Tirreno (Coop) | 45,7 | 25,9 | 19,8 |
| Distrib. Roma (Coop) | 7,5 | 1,8 | - |
| Coop Amiatina (Coop) | | 2,0 | 2,7 |
| PAC 2000 (Conad) | 39,1 | 17,3 | 10,5 |
| Eurospin | | 10,5 | 13,8 |

Fonte: elaborazioni su GNLC Nielsen, settembre 2014

13. Sul mercato dei supermercati e delle superette, CCI acquista da Superconti quote pari, rispettivamente, al 3,7% ed al 2,9%. Su tali mercati sono presenti altri operatori del sistema Coop e altri qualificati concorrenti, quali Conad ed Eurospin.

Provincia di Perugia

14. Nella provincia di Perugia (cfr. tabella n. 4), il gruppo acquirente arriverebbe a detenere, a seguito dell'operazione, il 38,3% del mercato degli ipermercati, con Conad secondo operatore, con una quota del 15,3%. Nei mercati dei supermercati e delle superette, CCI raggiungerebbe quote pari, rispettivamente, al 20,9% e al 14,6%. Il primo operatore in tali mercati è il gruppo Conad, con quote pari al 25,1% nel mercato dei supermercati e al 28,6% nel mercato delle superette.

Tab. n. 4 - Effetti dell'operazione nella provincia di Perugia

| PERUGIA | Ipermercati | Supermercati | Superette |
|-------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| SUPERCONTI | 3,5 | 1,9 | 1,3 |
| CCI | 34,8 | 19,0 | 13,3 |
| Conad | 15,3 | 25,1 | 28,6 |

Fonte: elaborazioni su GNLC Nielsen, settembre 2014

Province di Rieti, Roma e Macerata

15. Nei rimanenti mercati relativi alle province di Rieti, Roma e Macerata, la presenza delle società oggetto di acquisizione è estremamente limitata, e l'operazione non determina effetti di sovrapposizione di rilievo (cfr. tabella n.5)

Tab. n. 5 - Effetti dell'operazione nelle province di Rieti, Roma e Macerata

| RIETI | Ipermercati | Supermercati | Superette |
|------------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| SUPERCONTI | - | 3,4 | 4,6 |
| CCI | 32,8 | 15,6 | 9,6 |
| Conad | 33,4 | 15,2 | 8,8 |
| Lillo | - | 16,7 | 22,6 |
| Gruppo Sun | 17,2 | 9,5 | 6,7 |
| Eurospin | | 7,0 | 9,4 |
| ROMA | Ipermercati | Supermercati | Superette |
| SUPERCONTI | - | 0,4 | 0,6 |
| CCI | - | - | - |
| Unicoop Tirreno (Coop) | 10,5 | 3,9 | 0,9 |
| Distrib. Roma (Coop) | 2,3 | 3,7 | 4,3 |
| Unicoop Firenze (Coop) | 1,8 | 2,5 | 2,7 |
| Conad | 17,1 | 22,1 | 24,5 |
| MACERATA | Ipermercati | Supermercati | Superette |
| SUPERCONTI | - | 2,3 | |
| CCI | 8,8 | - | |
| Coop Adriatica (Coop) | 8,1 | 5,5 | 4,6 |
| Auchan | 29,4 | 21,2 | 18,4 |

Fonte: elaborazioni su GNLC Nielsen, settembre 2014

Conclusioni

16. L'operazione in esame appare suscettibile di determinare effetti restrittivi sotto il profilo concorrenziale sul mercato degli ipermercati nella provincia di Terni: CCI, infatti, già primo operatore con una quota pari a circa il 43%, porterebbe la propria quota al 60% circa. Il secondo operatore, il gruppo Conad, detiene su tale mercato il 35% circa.

17. Inoltre, qualora si dovesse verificare una sostanziale unitarietà decisionale o di comportamento tra le società aderenti al sistema Coop, l'operazione potrebbe determinare effetti di rilievo anche nel mercato degli ipermercati della

provincia di Viterbo, ove, pur non essendo presente la società acquirente, operano con quote di rilievo altre società del sistema Coop.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame, consistente nell'acquisizione, da parte della società Coop Centro Italia Soc.coop., del controllo esclusivo delle società Grandi Magazzini Superconti S.p.A., Superconti Supermercati Terni S.rl. e Superconti Service S.r.l., appare suscettibile di determinare, ai sensi dell'articolo 6 della legge n. 287/90, la costituzione di una posizione dominante nel mercato degli ipermercati della provincia di Terni e, alla luce di una verifica sui rapporti concorrenziali esistenti tra le società aderenti al sistema Coop, anche nel mercato degli ipermercati della provincia di Viterbo;

DELIBERA

a) l'avvio dell'istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, nei confronti della società COOP CENTRO ITALIA 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 e Trasporti 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 la Dott.sa Daniela Giangiulio;

d) che gli atti del procedimento possono essere presi in visione presso la Direzione Agroalimentare 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
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella