

IT

***Caso n. COMP/M.5311  
– GROUPE ADEO/  
CASTORAMA ITALIA***

Il testo in lingua italiana è il solo disponibile e facente fede.

**REGOLAMENTO (CE) n. 139/2004  
SULLE CONCENTRAZIONI**

---

Articolo 4(4)  
data: 20.10.2008



## COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 20.10.2008  
Sg-Grefte (2008) D/206378/206379  
C(2008) 6191

Nella versione pubblicata di questa decisione sono state omesse alcune informazioni ai sensi dell'art. 17(2) del Regolamento del Consiglio (CE) N. 139/2004 riguardante la non divulgazione di segreti professionali ed altre informazioni riservate. Le omissioni sono dunque così evidenziate [...]. Laddove possibile, l'informazione omessa è stata sostituita dall'indicazione di una scala di valori o da una indicazione generale.

VERSIONE PUBBLICA

PROCEDURA DI FUSIONE  
ARTICOLO 4(4) DECISIONE

Alla parte notificante.

All'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Egregio signore,

**Oggetto: Caso n. COMP/M.5311 – GROUPE ADEO/ CASTORAMA ITALIA**  
**Richiesta motivata ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4 del Regolamento n. 139/2004 per il rinvio del caso all'Italia.**

**Data della notifica: 15/09/2008**

**Termine per la risposta degli Stati membri: 06/10/2008**

**Termine per la decisione della Commissione ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4: 20/10/2008**

### I. INTRODUZIONE

1. Il 15 settembre 2008, la Commissione ha ricevuto una Richiesta Motivata di rinvio dell'operazione di cui sopra ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4 del Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio ("Regolamento Concentrazioni"). Le parti chiedono che l'operazione sia interamente esaminata dalle autorità competenti della Repubblica Italiana.
2. Ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 4 del Regolamento Concentrazioni, prima di notificare una concentrazione alla Commissione, le parti possono chiedere che l'operazione sia rinviata interamente o in parte dalla Commissione allo Stato membro in cui la concentrazione può incidere in misura significativa sulla concorrenza in un mercato che presenta tutte le caratteristiche di un mercato distinto. Una copia di questa richiesta motivata è stata trasmessa a tutti gli Stati Membri il 15 settembre 2008.
3. Via fax del 29 settembre 2008, l'Autorità Garante della concorrenza e del mercato in qualità di autorità competente della Repubblica Italiana ha informato la Commissione che l'Italia era d'accordo con il rinvio proposto.

## **II. LE PARTI**

4. Groupe Adeo S.A. ("Adeo") è una società francese attiva al livello mondiale nel settore della vendita al dettaglio dei prodotti per il bricolage ed fai-da-te (do-it-yourself, "DIY"). In Italia opera attraverso Società Italiana Bricolage S.p.a ("SIB") e le sue filiali Leroy Merlin Italia S.r.l. ("LM"), Bricocenter Italia S.r.l. ("A.C.") e Bricoman Italia S.r.l (BM).
5. Castorama Italia S.p.A. ("Castorama") è attiva nel settore della vendita al dettaglio dei prodotti DIY esclusivamente in Italia. È interamente controllata da Kingfisher SAS, il cui capitale sociale è interamente detenuto da Kingfisher plc.

## **III. L'OPERAZIONE E LA CONCENTRAZIONE**

6. L'operazione riguarda l'acquisizione dell'intero capitale sociale di Castorama Italia da parte di Adeo. Di conseguenza, Adeo acquisirà un controllo esclusivo su Castorama Italia. Questa operazione, pertanto, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b del Regolamento Concentrazioni.

## **IV. DIMENSIONE COMUNITARIA**

7. Le parti hanno un fatturato mondiale complessivo superiore a 5 miliardi di EUR (Adeo [...] milioni di EUR, Castorama [...] milioni di EUR) e ciascuna delle due imprese interessate ha un fatturato al livello comunitario superiore a 250 milioni di EUR (Adeo [...] milioni di EUR, Castorama [...] milioni di EUR, esclusivamente in Italia). Adeo non realizza più di due terzi del suo fatturato al livello comunitario all'interno di un solo e medesimo Stato membro. L'operazione, pertanto, ha dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2 del Regolamento Concentrazioni.

## **V. VALUTAZIONE**

### **A. Mercati rilevanti del prodotto**

8. I mercati potenzialmente interessati sono (i) il mercato dell'approvvigionamento di prodotti DIY ed (ii) il mercato della vendita al dettaglio di prodotti DIY. La Commissione in casi precedenti ha identificato questi due mercati che possono eventualmente essere ulteriormente segmentati sulla base delle diverse categorie di prodotto e/o dei diversi canali di distribuzione<sup>1</sup>.

### **B. Mercato geografico rilevante**

9. Il fulcro geografico della concentrazione proposta è l'Italia, poiché il gruppo Castorama è attivo soltanto in questo Stato membro. Nelle decisioni precedenti della

---

<sup>1</sup> COMP/M.2898 – Leroy Merlin/Brico; COMP/M.2804 – Vendex KBB/Brico Belgio. Nel caso n. COMP/M.2898 la Commissione ha identificato le seguenti categorie di prodotto ed i seguenti canali di distribuzione: "(i) les groupes de produits: décoration; revêtements de murs; carrelage dei sol, outillage; quincaillerie et rangement; électricité et appareils d'illuminazione; équipements sanitaires; matériaux de construction; menuiserie; jardinage. ii) les canaux de distribution: Grandes Surfaces de Bricolage ("GSB"); Superfici Alimentaires di Grande ("GSA"); magasins spécialisés dans ONU seul type de produits; magasins de proximité (ex: bazar).

Commissione i mercati rilevanti del prodotto sono stati considerati di dimensione nazionale o perfino locale<sup>2</sup>.

10. La parte richiedente considera il mercato geografico della vendita al dettaglio di prodotti DIY di dimensione nazionale perché, sebbene dal punto di vista dei consumatori il mercato possa avere una dimensione regionale o perfino locale, i diversi rivenditori al dettaglio competono con riferimento a bacini di utenza che si sovrappongono tra loro in tutto il territorio nazionale.
11. Inoltre, la parte richiedente ritiene che ci siano differenze significative nel livello di maturità, nel tasso di crescita e di concentrazione dei mercati per i prodotti DIY nei diversi Stati Membri. Oltre a ciò, si può osservare che il mercato italiano per la vendita al dettaglio di prodotti DIY è ancora dominato dal canale di distribuzione dei "negozi tradizionali" (il 60% delle vendite) con una presenza di mercato inferiore dei reparti specializzati delle catene della grande distribuzione (grande surface bricolage "GSB") (il 29% delle vendite), mentre in Francia, per esempio, i reparti specializzati delle catene della grande distribuzione realizzano il 70% delle vendite nel mercato della vendita al dettaglio dei prodotti DIY ed i negozi tradizionali il 24%.<sup>3</sup>.
12. Riguardo al mercato dell'approvvigionamento, la parte richiedente lo considera di dimensione nazionale in quanto la maggior parte delle imprese attive nel settore italiano del commercio al dettaglio dei prodotti DIY si rifornisce quasi esclusivamente presso fornitori italiani.

### **C. Valutazione**

13. Nel mercato della vendita al dettaglio di prodotti DIY, la concentrazione dà origine a mercati interessati sulla base di diverse possibili definizioni. In particolare, Adeo e Castorama avrebbero una quota di mercato combinata pari al [40-50]%<sup>4</sup> se si considera il solo canale della distribuzione "GSB" a livello nazionale nel 2007 ed una quota di mercato di circa [30-40]%<sup>5</sup> se si considera la sola categoria "elettricità ed illuminazione" a livello nazionale nel 2007. Le parti avrebbero altresì una quota di mercato combinata superiore al [10-20]% in 9 province<sup>6</sup> se si considerano i mercati locali (il territorio delle province italiane) dove entrambe le parti sono attive nel mercato al dettaglio di prodotti DIY.

---

2 COMP/M.2898 – Leroy Merlin/Brico, COMP/M.934 –Auchan/Leroymerlin/Ifil/Rinascente, Kingfisher COMP/– M.1333/Castorama.

3 Fonti: Per l'Italia, decisione dell'AGCM 17054 del 03/07/07 d'azienda – Leroy Merlin/Ramo di Fiordaliso di C8599; per la Francia stime delle parti sulla base dello studio settoirale "*Le Marche du Bricolage en France en 2006*", Remy Dassant, pubblicato nel 2007 da UNIBAL (Unione Nationale des Industriels du Bricolage, du jardinage et de l'Aménagement du Logement).

4 Fonte: Euromonitor International "DIY and gardening in Italy –October 2007", TradeLab Report "I canali distributivi nel settore del bricolage in Italia al 2007" – settembre 2008 e stime delle parti.

5 Fonte: "TradeLab Italia" Report August 2008 "Stima del valore degli aggregate di prodotto che costituiscono il mercato del bricolage in Italia e delle quote di mercato dei principali operatori commerciali al dettaglio" e stime delle parti.

6 Precisamente: Milano, Bergamo, Bologna, Bari, Napoli, Mantova, Catania, Torino, Venezia, Cremona, Roma.

14. In relazione al mercato dell'approvvigionamento, è stato osservato che lo stesso non costituirebbe un mercato interessato vista la trascurabile quota di mercato combinata in qualsiasi definizione di mercato identificata dalla Commissione<sup>7</sup>. Ciononostante, come indicato in precedenti decisioni della Commissione, una valutazione dei mercati dell'approvvigionamento senza la valutazione dei mercati al dettaglio non sembra appropriata<sup>8</sup>. In conclusione, in base al principio dell'efficienza amministrativa, anche l'analisi dell'impatto dell'operazione nel mercato italiano dell'approvvigionamento dei prodotti DIY dovrebbe essere riferita all'Autorità Garante della concorrenza e del mercato.

#### *Ulteriori elementi*

15. Poiché gli effetti concorrenziali dell'operazione sono limitati probabilmente all'Italia, l'Autorità Garante della concorrenza e del mercato è ben posizionata per esaminare il caso poiché ha esperienza nell'esame del settore DIY, come dimostrano le decisioni in merito.
16. In un precedente caso relativo al mercato al dettaglio del DIY<sup>9</sup>, la Commissione ha riferito alle Autorità Francese, Portoghese e Spagnola poiché queste ultime si trovavano nella migliore posizione per valutare gli effetti dell'operazione considerando la dimensione locale dei mercati interessati.

## **VI. RIFERIMENTO**

17. Sulla base delle informazioni fornite dalle parti nella Richiesta Motivata, il caso soddisfa i requisiti formali previsti dall'articolo 4, paragrafo 4 del Regolamento Concentrazioni in quanto la concentrazione può incidere in misura significativa sulla concorrenza in una serie di mercati all'interno di uno Stato Membro che presentano tutte le caratteristiche di mercati distinti. La Comunicazione della Commissione sul rinvio in materia di concentrazioni<sup>10</sup> (la "Comunicazione", punto 17) indica che, nel richiedere un riferimento ai sensi dell'articolo 4 paragrafo 4, *“le parti richiedenti devono fondamentalmente dimostrare che l'operazione potrebbe avere un'incidenza sulla concorrenza in un mercato distinto all'interno di uno Stato membro e che questa incidenza potrebbe rivelarsi significativa, giustificando quindi un attento esame”*, e che *“le indicazioni in tal senso possono essere solo di carattere preliminare ...”*. La Commissione considera, sulla base delle informazioni fornite della Richiesta Motivata, che l'impatto principale della concentrazione è probabilmente su mercati distinti in Italia e che la richiesta di riferimento sarebbe conforme al punto 20 della Comunicazione.

## **VII. CONCLUSIONE**

---

<sup>7</sup> Vedi caso COMP/M.2804 - Vendex Kbb/Brico Belgium. Fonte: "Tradelab Province" Report agosto 2008 "Stima del valore degli aggregate di prodotto che costituiscono il mercato del bricolage in Italia e delle quote di mercato dei principali operatori commerciali al dettaglio".

<sup>8</sup> COMP/M.5112 - Rewe/Plus Discount, paragraph 51, COMP/M4522-Carrefour/Ahold Polska, paragraph 45

<sup>9</sup> COMP/M.2898 – Leroy Merlin/Brico.

<sup>10</sup> GUCE C 56, 05.03.2005, p.2.

18. Per le ragioni indicate, e poiché l'Italia ha espresso parere favorevole, la Commissione ha deciso di riferire interamente l'operazione all'Autorità Garante della concorrenza e del mercato. Questa decisione è adottata in applicazione dell'articolo 4 paragrafo 4 del Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio.

Per la Commissione  
*(firmato)*  
Philip LOWE  
Direttore Generale