Antitrust, ok alla fusione (ma con condizioni) alla fusione tra Sammontana e Forno d'Asolo

20240729094420shutterstock-2188007711-eb3fc3df

C'è il via libera, “con condizioni”, dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato **all’acquisizione**, da parte di Frozen Investment S.à.r.l. e Sammontana Finanziaria Srl, **del controllo congiunto di Sammontana SpA e Forno d’Asolo SpA**.

L’operazione, spiega una nota dell’Antitrust, comporta **l’aggregazione dei due più importanti operatori attivi nel settore dei prodotti da forno surgelati** (che comprende prodotti da forno per la prima colazione, snack salati, prodotti di pasticceria e panetteria) presso il canale food service (bar, hotel, ristoranti e reparti panetteria nei punti vendita della Gdo).

Sia Sammontana S.p.A. sia Forno d’Asolo S.p.A. sono attive con marchi noti come **Tre Marie, Il Pasticcere, Mongelo la prima e Bindi, Lizzi e Forno d’Asolo** la seconda.

LE CONDIZIONI DELL’ANTITRUST

Nell’autorizzare l’operazione, l’Autorità ha imposto alle parti alcune misure: si va dalla **dismissione, a favore di un operatore concorrente, di una società già autonomamente attiva sul mercato**, che detiene propri impianti produttivi, capacità distributiva e marchi affermati, all’impegno a non acquistare imprese attive nella distribuzione dei prodotti da forno in Italia, né imprese attive nella produzione e nella commercializzazione di prodotti da forno per la prima colazione in Italia con fatturato significativo.

Inoltre le due società provvederanno a **cedere gli attuali contratti di concessione tra Forno d’Asolo e Froneri Italy/Nestlè Italiana** per la distribuzione di gelati e di prodotti da forno per la prima colazione in alcune province italiane, con la possibilità per il subentrante di servirsi degli agenti di Forno d’Asolo per la vendita dei prodotti oggetto della concessione “senza alcun ostacolo”.

Infine in Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Veneto, Toscana, Sardegna, Sicilia, Calabria e Basilicata (le aree dove è maggiore il divario tra la rete di vendita delle parti e quelle dei concorrenti in termini di capacità distributiva), l'Autorità ha imposto – per un periodo di cinque anni estendibile di altri cinque – **misure per eliminare o non prevedere esclusive (di diritto o di fatto) per la vendita di prodotti da forno per la prima colazione surgelati con gli agenti e gli operatori logistici delle parti**.

Con queste misure si pensa di garantire che la nuova entità risultante dalla concentrazione sia soggetta ad una **pressione competitiva adeguata**, mediante la cessione di parte dell'impresa e il miglioramento degli sbocchi distributivi per i concorrenti.

In particolare, l'attività istruttoria svolta dall'Autorità ha accertato l'**esistenza di un mercato nazionale dei prodotti da forno per la prima colazione surgelati, nel canale food service, distinto sia dai prodotti freschi sia da altre tipologie di prodotti da forno** (pasticceria, panetteria, snack salati). È emerso – spiega l'Antitrust in una nota – che in questo mercato l'operazione di concentrazione può produrre rilevanti effetti anticoncorrenziali perché elimina il vincolo competitivo tra i due principali operatori.

Sammontana e Forno d'Asolo infatti presentano caratteristiche produttive e distributive superiori rispetto ai concorrenti, i quali hanno dimensioni ben più ridotte e una limitata capacità di reazione. In particolare, **le due società, a seguito della concentrazione, avrebbero avuto una quota di mercato molto elevata (tra il 45% e il 50%)** tale da garantire la leadership nelle vendite nazionali dei prodotti da forno surgelati in Italia e di oltre quattro volte maggiore rispetto a quella della prima impresa concorrente.

Le analisi condotte hanno inoltre mostrato che **l'operazione avrebbe determinato significativi incentivi all'aumento dei prezzi dei prodotti per la prima colazione surgelati in assenza di una pressione competitiva di altre imprese** sufficientemente alta. A ciò si aggiunga che Sammontana e Forno d'Asolo hanno a disposizione una **capacità distributiva**, in termini di reti logistiche e di agenti di vendita, **molto articolata e basata su filiali dirette o su concessionari in esclusiva**, quindi in grado di creare un **ostacolo competitivo** dopo la concentrazione.