

## C11826 - DICO/DIECI RAMI DI AZIENDA DI PRIMO DISCOUNT

Provvedimento n. 24087

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 novembre 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società DICO S.p.A., pervenuta in data 7 novembre 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

### I. LE PARTI

DICO S.p.A. (di seguito DICO) è una società con sede legale a Casalecchio di Reno, attiva nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo attraverso una propria rete di vendita con tipologia *discount*. Il suo capitale sociale è detenuto dalle società COOP CONSUMATORI NORDEST società cooperativa (16,02%), COOP ESTENSE società cooperativa (16,02%), UNICOOP TIRRENO società cooperativa (16,02%), COOP LIGURIA società cooperativa di consumo (14,52%), COOP LOMBARDIA società cooperativa (14,52%), COOP ADRIATICA società cooperativa a responsabilità limitata (12,50%) e NOVA COOP società cooperativa (10,41%).

Il fatturato realizzato da DICO nel 2011 in Italia è stato di circa 560 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione sono dieci rami d'azienda concessi a DICO da Primo Discount S.p.A., società controllata direttamente da COOP ESTENSE società cooperativa (di seguito COOP ESTENSE) che ne detiene il 100% del capitale sociale, attiva nella distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo, attraverso una rete di esercizi della tipologia *discount*.

Il fatturato realizzato da COOP ESTENSE nel 2011 è stato di circa 1.230 milioni di euro.

Tali rami d'azienda sono costituiti da dieci punti vendita autorizzati all'esercizio di attività di vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non, così come di seguito elencati.

<i>n.</i>	<i>località</i>	<i>provincia</i>	<i>mq</i>
1	Lecce	Lecce	400
2	Taranto	Taranto	585
3	Brindisi	Brindisi	600
4	Casarano	Lecce	850
5	Martina Franca	Taranto	893
6	Copertino	Lecce	900
7	Casamassima	Bari	1000
8	Altamura	Bari	1030
9	Bitonto	Lecce	1118
10	Castellana Grotte	Bari	1500

### II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame prevede l'acquisizione, da parte di DICO, dei rami d'azienda sopra descritti intesi come un unico complesso aziendale, non essendo la società acquirente disponibile ad acquisire i singoli punti vendita separatamente.

### III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

Preliminarmente si osserva che le dieci acquisizioni - in quanto previste in un unico contratto non essendo le parti disponibili né a cedere né ad acquisire tali punti vendita separatamente - sono caratterizzate da interdipendenza funzionale e costituiscono, pertanto, un'unica operazione di concentrazione.

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di un'impresa legate da un vincolo di interdipendenza funzionale, 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 in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 474 milioni di euro.

#### **IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE**

##### ***Il mercato rilevante***

##### **Il mercato del prodotto**

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

Tale settore si distingue dal dettaglio tradizionale sulla base sia della numerosità e tipologia dei prodotti venduti, sia della modalità di servizio reso ai clienti, alla quale è generalmente associata una diversa dimensione dei punti di vendita.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*), che si differenziano in base a caratteristiche quali la dimensione della superficie di vendita, il posizionamento di prezzo, l'ampiezza e la profondità della gamma di prodotti offerti.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità nel caso *Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS*,<sup>1</sup> la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punti vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci, che risultano sostanzialmente limitati ai segmenti dimensionali immediatamente contigui. Tra le diverse categorie dimensionali vi è infatti una catena di sostituibilità che va dagli ipermercati alle *superette*, con relazioni maggiormente significative tra segmenti contigui e pressoché trascurabili agli estremi della catena. Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare a ciascuna di esse i segmenti immediatamente contigui.

Nel caso di specie, considerato che l'operazione riguarda l'acquisizione di dieci punti vendita aventi superficie compresa tra 400 e 2.500 mq, il mercato rilevante è quello dei supermercati, composto da tutti i punti vendita della distribuzione moderna<sup>2</sup>.

##### **I mercati geografici**

Da un punto di vista 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 può essere circoscritta ai confini amministrativi provinciali.

Ai fini della valutazione dell'operazione comunicata, i mercati geografici interessati sono quelli delle province di Brindisi, Lecce, Bari e Taranto.

##### ***Effetti dell'operazione***

In via di premessa si rileva che la struttura e le dinamiche concorrenziali dei mercati interessati non verranno modificate dall'operazione in esame, considerato che DICO acquisirà il controllo esclusivo di tutti i punti vendita oggetto di cessione già gestiti con marchio COOP.

In particolare, nel mercato dei supermercati delle province di Brindisi, Lecce, Bari e Taranto le società del sistema Coop detengono una quota – rispettivamente – pari a circa il 15%, 14%, 13% e 8%.

Negli stessi mercati operano concorrenti qualificati; in particolare nel mercato dei supermercati in provincia di Brindisi operano Conad (11%) e Selex (8%); in quello della provincia di Lecce sono attivi Conad (11%) ed Esselunga (8%); nel mercato di Bari ed in quello di Taranto sono presenti Auchan (con quote, rispettivamente, del 21% e 13%) e Selex (con quote, rispettivamente, del 20% e 23%).

Per quanto precede, l'operazione comunicata non altera significativamente le condizioni concorrenziali nei mercati interessati.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sul mercato interessato, tale da eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/90, alle imprese interessate e al Ministro dello Sviluppo Economico e delle Infrastrutture e dei Trasporti.

<sup>1</sup> [Cfr. provv. N. 6113 del 18 giugno 1998, "*Schemaventuno-Promodes*".]

<sup>2</sup> [Cfr., *inter alia*, provv. del 22 maggio 2012, C11575 "*Dico/otto rami di azienda di Ara -mo.di -a.m.p. -mu.di.-mugello discount-ram alimentari*" e provv. del 14 febbraio 2012, C11466 – "*Conad centro nord/trentino rami di azienda di comprabene*".]

Il presente provvedimento verrà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE

*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE

*Giovanni Pitruzzella*