

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 dicembre 2012;

SENTITO il Relatore Professore Carla Bedogni Rabitti;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società LILLO S.p.A., pervenuta in data 12 novembre 2012;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

LILLO S.p.A. (di seguito anche "LILLO"), con sede legale in Gricignano di Aversa (CE), è una società controllata da tre persone fisiche attiva nel settore della distribuzione moderna al dettaglio di prodotti alimentari ed altri prodotti di largo e generale consumo con la formula *discount*, operante con il marchio di proprietà "MD Discount".

Il fatturato realizzato da LILLO a livello complessivo nel 2011 è pari a circa 771 milioni di euro, interamente realizzati in Italia.

Oggetto di acquisizione sono due rami d'azienda, costituiti da:

- a) un punto vendita, in proprietà di GS S.p.A. appartenente al gruppo Carrefour, autorizzato all'esercizio di attività di vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non, localizzato a Nola (NA) con superficie di vendita di 1000 mq;
- b) un punto vendita, in proprietà di Dì per Dì S.r.l. appartenente al gruppo Carrefour, autorizzato all'esercizio di attività di vendita al dettaglio di prodotti alimentari e non, localizzato a Torre del Greco (NA), con superficie di vendita di 595 mq.

Entrambi i punti vendita sono comprensivi di: i) autorizzazione commerciale, ii) impianti, iii) arredi, iv) attrezzature, v) avviamento commerciale, vi) contratti di lavoro con i dipendenti.

II. DESCRIZIONE DELLE OPERAZIONI

Le operazioni in esame consistono nell'acquisizione, da parte di LILLO, dei due rami d'azienda sopra descritti.

III. QUALIFICAZIONE DELLE OPERAZIONI

Le operazioni comunicate, che in quanto oggetto di contratti distinti e non legate da interdipendenza funzionale costituiscono due distinte operazioni, comportano l'acquisizione del controllo di parti di un'impresa e costituiscono, pertanto, due concentrazioni ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

Esse rientrano nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento CE n. 139/04, e sono soggette 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 in ciascuna operazione di concentrazione è stato superiore a 474 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLE CONCENTRAZIONI

Il mercato del prodotto

Il settore interessato dalle concentrazioni in esame è quello della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo.

All'interno della distribuzione moderna possono distinguersi diverse categorie di punti vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano tra di loro per dimensione, ampiezza (numero prodotti) e profondità (numero di referenze per ogni prodotto) degli assortimenti, caratteristiche espositive, posizionamento di prezzo, presenza di banchi per i prodotti freschi, disponibilità di parcheggi e ulteriori servizi resi al consumatore.

Secondo quanto stabilito dall'Autorità¹ la diversità nella qualità e nel livello di servizi offerti dalle varie tipologie di punto vendita ne rende piuttosto deboli i rapporti di sostituibilità reciproci che risultano sostanzialmente limitati alle categorie immediatamente contigue. Ai fini dell'individuazione del mercato rilevante dal punto di vista del prodotto, occorre pertanto partire da ciascuna tipologia di punto vendita e affiancare ad essa le categorie di punti vendita con le quali sussistono forti relazioni di sostituibilità.

Nel caso in esame, considerato che le operazioni risultano finalizzate all'acquisizione di due punti vendita che hanno una superficie di vendita, rispettivamente, di 595 mq e di 1500 mq, il mercato rilevante per ciascuna di esse è quello dei supermercati, comprensivo di tutti i punti vendita della distribuzione moderna.

¹ [Cfr provv. n. 6113 del 18 giugno 1998, C3037 – "Schemaventuno-Promodes/Gruppo GS", in Boll. n. 25/98.]

Il mercato geografico

Dal 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.

Nel caso in esame, l'ambito geografico di riferimento ai fini della valutazione delle operazioni comunicate è quello della provincia di Napoli, nella quale sono localizzati i due punti vendita oggetto di acquisizione.

Effetti

Nel mercato dei supermercati della provincia di Napoli LILLO è titolare di una quota di mercato stimabile in circa il 4% che, a seguito delle operazioni in esame, sarà incrementata in misura marginale in ragione dell'esigua quota imputabile a entrambi i punti vendita oggetto di acquisizione.

Nel mercato rilevante operano numerosi e qualificati concorrenti quali AUCHAN, SIGMA e CONAD, titolari di quote pari, rispettivamente, a circa il 17%, 15% e 14%.

Per quanto precede, le operazioni comunicate non alterano significativamente le condizioni concorrenziali nel mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che le operazioni in esame non determinano, 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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
RobertoChieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella