

C12753 - GRUPPO INTERGEEA/DENICAR

Provvedimento n. 31686

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 7 ottobre 2025;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la comunicazione della società Gruppo Intergea S.p.A., pervenuta in data 9 settembre 2025 e integrata in data 12 settembre 2025;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Gruppo Intergea S.p.A. (di seguito, "Intergea", Partita IVA 05417120010), controllata dalla *holding* LDP Investments S.r.l.¹, è la società capogruppo del Gruppo Intergea (di seguito collettivamente "Gruppo Intergea"), attivo in Italia principalmente nella vendita al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali nuovi ed usati, nella fornitura di servizi di assistenza post-vendita e nella fornitura di ricambistica al dettaglio. Il Gruppo Intergea è titolare - tramite le sue concessionarie - di numerosi mandati di vendita per diverse case automobilistiche, operando per i marchi del Gruppo Stellantis (Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, DR, FIAT, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot), Volvo, Renault e Volkswagen. Il Gruppo Intergea è attivo altresì, in misura minoritaria, nella vendita/distribuzione di autoveicoli all'ingrosso (B2B) a favore di salonisti, società di noleggio/*leasing* o commercianti privi di mandato diretto con le case madri di autoveicoli. Alcune società del Gruppo Intergea svolgono inoltre attività di gestione immobiliare. Di recente, infine, il Gruppo Intergea è entrato con una quota di co-controllo nel capitale della società Eurasia Motor Company S.r.l., attiva nell'importazione di auto dal mercato cinese.

2. Nell'anno finanziario 2024, il Gruppo Intergea ha realizzato in Italia un fatturato consolidato pari a circa [1-2] miliardi di euro, quasi interamente conseguito in Italia.

3. Denicar S.p.A. (Partita IVA 07208130158, di seguito "Target" o "Denicar" e, insieme a Gruppo Intergea, "le Parti") è una società, il cui capitale sociale è attualmente detenuto da due persone fisiche (i "Cedenti")², attiva nella vendita al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, nuovi e usati, a clienti finali (*retail*) e società di noleggio/*leasing* (B2B), nella fornitura di servizi post-vendita di assistenza, manutenzione e riparazione, nonché nella vendita al dettaglio di ricambi. Nello specifico, la Target è una concessionaria ufficiale, titolare di mandati di vendita, dei marchi Fiat, Lancia, Abarth, Alfa Romeo, Jeep, Opel, Peugeot, Citroen, Ds, Fiat Professional, Leapmotor, Piaggio, che svolge attività presso cinque sedi operative, tre delle quali sono situate nel Comune di Milano (MI), una nel Comune di Trezzano sul Naviglio (MI) e una nel Comune di Bergamo (BG).

4. Nell'anno finanziario 2024, Denicar ha realizzato interamente in Italia un fatturato complessivo pari a [100-582] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'Operazione comunicata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione, da parte di Gruppo Intergea, del controllo esclusivo su Denicar attraverso l'acquisto del 51% delle azioni della stessa società Target, secondo quanto previsto dal Contratto preliminare di cessione di partecipazione azionaria stipulato tra le Parti ("Contratto")³, sottoposto alla condizione sospensiva consistente nell'ottenimento dell'autorizzazione da parte dell'Autorità entro la data prevista per il perfezionamento dell'Operazione. Il Contratto stipulato tra le Parti prevede inoltre la scissione dal patrimonio sociale di Denicar, prima della *closing date*, di alcuni *asset* attualmente iscritti a bilancio della Target che il Gruppo Intergea non intende acquistare⁴.

¹ [La *holding* LDP Investments S.r.l., con sede a Torino, è a sua volta controllata da una persona fisica [omissis]*.

* Nella presente versione alcuni dati sono omissi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

² [Il capitale sociale della Target è attualmente detenuto [omissis].]

³ [Il Contratto, [omissis].]

⁴ [Più specificamente, si tratta [omissis].]

6. Le Parti hanno infine previsto un patto di non concorrenza e non sollecitazione con cui i Cedenti si obbligano nei confronti del Gruppo Intergea, per la durata di cinque anni *[omissis]*, a non svolgere attività di importazione e commercio di autoveicoli nuovi a motore, ricambi, servizio di officina e riparazione, e servizi connessi. Il patto di non concorrenza è limitato ai soli marchi di cui attualmente la Target è concessionaria, ed opera soltanto nell'ambito geografico della Regione Lombardia, escludendo peraltro le società nella cui gestione i Cedenti sono già oggi coinvolti. I Cedenti si impegnano inoltre a non sollecitare o offrire lavoro, direttamente o indirettamente, a dipendenti, agenti, collaboratori e/o consulenti della Target e di sue controllate e collegate al fine di far svolgere agli stessi attività in concorrenza - nei limiti di quanto previsto - con la stessa società oggetto di acquisizione.

7. La *ratio* dell'Operazione, secondo quanto indicato dalla parte notificante, si rinviene nell'intenzione del Gruppo Intergea di proseguire nel processo di consolidamento aziendale, al fine di raggiungere adeguate economie di scala, in una logica di ampliamento del proprio raggio di azione imprenditoriale.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

8. L'Operazione costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1 lettera b), della legge n. 287/1990, in quanto comporta l'acquisizione del controllo esclusivo di un'impresa.

9. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1 del Regolamento (CE) n. 139/2004, 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 582 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, individualmente da ciascuna delle due delle imprese interessate è stato superiore a 35 milioni di euro⁵.

10. Il patto di non concorrenza e non sollecitazione sottoscritto dalle Parti e descritto in precedenza può essere ritenuto direttamente connesso e necessario alla realizzazione dell'Operazione, in quanto funzionale alla salvaguardia del valore dell'impresa oggetto di acquisizione, a condizione che esso sia limitato, geograficamente, all'area d'attività dell'impresa, merceologicamente, ai prodotti e servizi oggetto dell'attività economica dell'impresa, temporalmente, a un periodo di due anni dal perfezionamento dell'Operazione⁶ (*[omissis]*), e non impedisca al venditore di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario.

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

Il mercato del prodotto

11. Sotto il profilo merceologico, i mercati interessati dall'operazione sono quelli in cui opera la società oggetto di acquisizione, ossia⁷:

- i) distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, nuovi ed usati;
- ii) distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali;
- iii) servizi post-vendita di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli;
- iv) distribuzione B2B di autoveicoli a società di noleggio/*leasing*⁸.

12. Il mercato della distribuzione al dettaglio di autoveicoli per passeggeri interessa l'attività di distribuzione degli autoveicoli da parte dei concessionari ai consumatori finali. Le case produttrici commercializzano, infatti, le proprie vetture attraverso imprese di distribuzione (società controllate o operatori terzi) le quali, a loro volta, si avvalgono di una rete di vendita alla clientela. Nell'ambito di tale mercato si possono individuare diversi segmenti, distinguendo tra autoveicoli e veicoli commerciali, veicoli nuovi e usati, in base alle prestazioni, alle dimensioni e al prezzo delle autovetture commercializzate. Tuttavia, frequentemente i distributori offrono diverse tipologie di prodotto (utilitarie, categoria media, categoria superiore, ecc.) e le differenze sono andate riducendosi negli anni in ragione della tendenza delle case automobilistiche a offrire sempre più accessori anche per le auto di media e piccola cilindrata. Ai fini della

⁵ [Cfr. *Delibera n. 31495 del 18 marzo 2025.*]

⁶ [Cfr. *Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle operazioni di concentrazione (2005/C 56/03) pubblicata in GUCE del 5 marzo 2005.*]

⁷ [Cfr., tra gli altri, C12740 - *Baiauto/Ramo Di Azienda Di Auto Grifone, provvedimento n. 31643, in Bollettino n. 31/2025; C12715 - Gruppo Intergea/Proglgio L'Automobile, provvedimento n. 31532, in Bollettino n. 18/2025; C12693 - Gruppo Intergea/Alessandria Auto, provvedimento n. 31470 del 25 febbraio 2025, in Bollettino n. 10/2025; C12637 - Gruppo Intergea/Autoghinzani Bergamo, provvedimento n. 31228 del 28 maggio 2024, in Bollettino n. 24/2024; C12596 - Bossoni Automobili/Baiauto, provvedimento n. 31041 del 23 gennaio 2024, in Bollettino n. 6/2024; C12573 - PAG Italy/Sarma NewCo, provvedimento n. 30845 del 24 ottobre 2023, in Bollettino n. 43/2023; C12550 - Autotorino/Mercedes-Benz Roma, provvedimento n. 30738 del 18 luglio 2023, in Bollettino n. 30/2023; C12300 - Eurocar Italia/Erre Esse, provvedimento n. 28273 del 17 giugno 2020, in Bollettino n. 27/2020; cfr. anche le decisioni della Commissione europea M.8963 - Eurocar/Bonaldi del 1° agosto 2018 e M.9070 - Eurocar/Vicentini del 10 settembre 2018.]*

⁸ [Cfr., tra gli altri, C12550 - Autotorino/Mercedes-Benz Roma, provvedimento n. 30738, in Bollettino n. 30/2023; C12300 - Eurocar Italia/Erre Esse, provvedimento n. 28273, in Bollettino n. 27/2020; C12219 - Eurocar Italia/Saottini Auto, provvedimento n. 27594 in Bollettino n. 13/2019; C12203 - Eurocar/Dorigoni, provvedimento n. 27458, in Bollettino n. 49/2018; C12137 - PAG Italy/Ramo di Azienda di Staremilia, provvedimento n. 26906, in Bollettino n. 50/2017; C10979 - TT Holding/Autostella, provvedimento n. 22264, in Bollettino n. 13/2011; C10265 - TT Holding/Camar, provvedimento, in Bollettino n. 39/2009; cfr. anche le Decisioni della Commissione europea M.8963 - Eurocar/Bonaldi, del 1° agosto 2018, e M.9070 - Eurocar/Vicentini, del 10 settembre 2018.]

presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

13. Nell'ambito del settore della commercializzazione di parti e accessori, del quale fa parte la ricambistica per autoveicoli, è possibile individuare due tipologie di prodotti, quelli originali e quelli equivalenti (di qualità corrispondente). I pezzi di ricambio originali sono commercializzati con il marchio della casa automobilistica; la ricambistica equivalente è, invece, fornita da operatori indipendenti del settore della componentistica (che possono anche rifornire le stesse case automobilistiche). I prezzi delle parti di ricambio equivalenti presentano un livello significativamente inferiore, che varia anche a seconda della tipologia di ricambio considerato.

14. Inoltre, le diverse tipologie di ricambi per autoveicoli (guarnizioni, pastiglie, ammortizzatori, cinghie, candele, filtri, fanaleria, ecc.) non sono tra loro sostituibili dal lato della domanda finale che dipende, evidentemente, dall'intervento di manutenzione o riparazione da effettuare. Tuttavia, si registra, sempre dal lato della domanda, una significativa sostituibilità tra ricambi originali ed equivalenti (purché di qualità corrispondente), variabile in funzione dell'età e della classe economica di appartenenza del veicolo, nonché del tipo di ricambio. Dal lato dell'offerta, inoltre, i centri di assistenza delle case automobilistiche (generalmente concessionarie e officine autorizzate) possono distribuire al dettaglio ricambi sia originali che equivalenti. Sempre dal lato dell'offerta, infine, gli operatori distribuiscono generalmente un'ampia gamma di parti di ricambio. Ai fini della presente operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

15. Il mercato dei servizi di assistenza post vendita per autoveicoli risulta caratterizzato da un'estrema polverizzazione dell'offerta. L'attività di riparazione e manutenzione è, infatti, svolta da un'ampia gamma di operatori, quali: officine e concessionari rivenditori autorizzati; officine indipendenti; stazioni di servizio; centri auto specializzati; servizi rapidi di assistenza (l'attività di assistenza in garanzia è, invece, effettuata dagli stessi concessionari delle case automobilistiche ovvero da altri soggetti da queste autorizzati). Ai fini dell'Operazione, comunque, non appare necessario addivenire a una esatta delimitazione merceologica del mercato.

16. Con riferimento al mercato della distribuzione B2B di autoveicoli a società di noleggio/*leasing*, secondo i precedenti dell'Autorità e la prassi della Commissione europea⁹, è possibile affermare che la distribuzione all'ingrosso di veicoli a motore costituisca un mercato distinto da quello della distribuzione al dettaglio dei veicoli a motore, dal momento che le vendite all'ingrosso tra professionisti presentano caratteristiche del tutto differenti da quelle che connotano le vendite di veicoli dal professionista al consumatore a livello di distribuzione.

Il mercato geografico

17. Per quel che riguarda la rilevanza geografica, la dimensione dei mercati *sub i), ii) e iii)* si ritiene che possa essere locale, in ragione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e, in particolare, dall'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti di vendita e assistenza.

18. Nei diversi precedenti¹⁰ relativi ai mercati in questione, l'Autorità ha definito i mercati locali sulla base dei confini amministrativi, individuando mercati aventi dimensione tendenzialmente provinciale, considerando altresì la possibilità di definire mercati costituiti dalle aree intorno ai punti vendita percorribili entro un certo periodo di tempo in normali condizioni di traffico (c.d. isocrona), così da tenere in debito conto la dimensione dei bacini di utenza dei singoli punti vendita delle imprese interessate e la propensione alla mobilità dal lato della domanda. Nel caso di specie, seguendo tale approccio, in considerazione dell'ambito di operatività della Target, il mercato geografico rilevante - per tutti i mercati merceologici mercati *sub i), ii) e iii)* sopra richiamati - risulta circoscritto in prima analisi alla provincia di Milano, all'interno della quale il *business* della Target è concentrato, e alla contigua provincia di Bergamo. Inoltre, è possibile ipotizzare l'esistenza di un bacino di utenza individuato dalle aree site intorno alle cinque sedi della Target (di cui tre a Milano, una a Trezzano sul Naviglio e una a Bergamo), percorribili in 40-60 minuti di tragitto in macchina per il mercato *sub i)* e in 20 minuti di tragitto in macchina per i mercati *sub ii) e iii)* (cc.dd. *isocrone*).

19. Con riferimento al mercato *sub iv)*, tenendo in considerazione anche alcuni precedenti¹¹, è possibile affermare che i relativi mercati abbiano una dimensione geografica più ampia rispetto alla distribuzione al dettaglio, in considerazione del fatto che la domanda proviene da operatori professionali attivi su tutto il territorio nazionale.

20. Ai fini della presente Operazione, tuttavia, non appare necessario addivenire a un'esatta delimitazione geografica dei mercati, in quanto ciò non inciderebbe sulla valutazione dell'Operazione in esame.

Gli effetti dell'Operazione

21. L'Operazione non appare determinare sensibili effetti per la concorrenza considerando qualsiasi definizione merceologica e geografica del mercato.

⁹ [Cfr. C12570 - Autotorino-Gruppo Intergea/Diventa, provvedimento n. 30990, in Bollettino n. 48/2023; C12550 - Autotorino/Mercedes-Benz Roma, provvedimento n. 30738, in Bollettino n. 30/2023; C10287 - Subaru Europe/Subaru Italia, provvedimento n. 20404, in Bollettino n. 42/2009; Decisione della Commissione M.5250 - Porsche/Volkswagen, del 23 luglio 2008.]

¹⁰ [Da ultimo, in tal senso, cfr. C12740 - Baiauto/Ramo Di Azienda Di Auto Grifone, C12715 - Gruppo Intergea/Proglio L'Automobile, C12693 - Gruppo Intergea/Alessandria Auto, e altri cit..]

¹¹ [Cfr. C12570 - Autotorino-Gruppo Intergea/Diventa, C12550 - Autotorino/Mercedes-Benz Roma e C10287 - Subaru Europe/Subaru Italia, cit..]

22. In particolare, per quanto riguarda il mercato *sub i)*, relativo alla distribuzione degli autoveicoli e dei veicoli commerciali nuovi e usati ai consumatori finali, secondo i dati forniti dalla società notificante, a seguito dell'Operazione, la stessa deterrà quote di mercato congiunte sempre inferiori al [5-10%] per gli autoveicoli passeggeri e [inferiore all'1%] per i veicoli commerciali, in qualsiasi plausibile estensione geografica del mercato considerata.

23. Per quanto riguarda i mercati *sub ii)* e *sub iii)*, relativi, rispettivamente, alla distribuzione al dettaglio di ricambistica per autoveicoli per passeggeri e veicoli commerciali, e ai servizi *post-vendita* di assistenza, manutenzione e riparazione di autoveicoli, le quote di mercato congiunte delle Parti *post-merger* sono sempre inferiori al [1-5%], sia considerando isocrone di ampiezza pari a 20 minuti di auto dalle cinque sedi della Target in cui sono svolte tali attività, che considerando il dato provinciale.

24. Nel mercato *sub iv)*, relativo alla vendita di autoveicoli per passeggeri a società di noleggio/*leasing*, secondo le informazioni fornite dalla medesima società notificante, all'esito dell'Operazione il Gruppo Intergea andrà a detenere una quota di mercato complessiva nazionale pari all'[1-5%], con un incremento del tutto marginale rispetto alla posizione già detenuta.

25. Infine, è opportuno tenere presente che in tutti i mercati interessati dall'Operazione sono attivi numerosi e qualificati concorrenti.

26. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea a ostacolare la concorrenza nei mercati interessati e a determinare la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non ostacola, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/1990, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

RITENUTO, altresì, che il patto di non concorrenza e di non sollecitazione intercorso tra le Parti è accessorio all'Operazione nei soli limiti sopra descritti e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, il suddetto patto che si realizzi oltre i limiti ivi indicati;

DELIBERA

di non avviare l'istruttoria di cui all'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990.

Le conclusioni di cui sopra saranno comunicate, ai sensi dell'articolo 16, comma 4, della legge n. 287/1990, alle imprese interessate e al Ministro delle Imprese e del Made in Italy.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli