C12840 - LIDEA/FARMACIE ITALIANE
Provvedimento n. 32035

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 luglio 2026;

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 Lidea S.p.A., pervenuta in data 30 giugno 2026;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Lidea S.p.A. (C.F. 03585921202; di seguito, "Lidea"), è la società *holding* italiana del gruppo al cui apice vi è Dr Max Group Holdings Plc (nel seguito, "Gruppo DMB" o "Acquirente"), attivo nella gestione di catene di farmacie in sei Paesi (Repubblica Ceca, Romania, Polonia, Slovacchia, Serbia e Italia) e offre ai propri clienti le seguenti categorie di prodotto: (i) farmaci con obbligo di prescrizione medica; (ii) farmaci senza obbligo di prescrizione medica, ivi inclusi medicinali di automedicazione, integratori alimentari e parafarmaci; (iii) cosmetici e prodotti per la salute e il benessere; (iv) prodotti nutrizionali e beni di consumo corrente e (v) prodotti a marchio proprio (Dr. Max), quali integratori alimentari, cosmetici, dispositivi medici e farmaci. In Italia il Gruppo DMB è presente con una rete di circa 238 farmacie e, inoltre, gestisce una rete di distribuzione all'ingrosso di farmaci e prodotti sanitari, con *hub* logistici principali in Repubblica Ceca, Romania e Slovacchia. Il Gruppo DMB è controllato a sua volta da Penta Investment Limited (di seguito, "Gruppo Penta"). Il Gruppo Penta, nel 2024, ha realizzato un fatturato pari a *[5-10]** miliardi di euro a livello globale, di cui circa *[5-10]* miliardi di euro realizzati nell'Unione europea e circa *[300-400]* milioni di euro realizzati in Italia.

2. Farmacie Italiane S.r.l. (C.F. 10532530960; di seguito, "Farmacie Italiane" o "Target" e, unitamente alle altre società controllate, "Gruppo Target"), è la società *holding* del gruppo, attivo in Italia, sia tramite punti vendita fisici sia tramite piattaforme *online*, nel settore delle farmacie e parafarmacie (le cui licenze sono detenute dalle società del Gruppo Target), comprendente 48 punti vendita (di cui 44 farmacie e 4 parafarmacie) operanti con il marchio "Farmacie Italiane", nonché talvolta sotto la denominazione "Farmacrimi" e "Parafarmacrimi". Il Gruppo Target ha altresì svolto, fino a maggio 2026, attraverso la società controllata Farma-C Distribuzione S.r.l., l'attività di distribuzione all'ingrosso di farmaci a grossisti e a società di intermediazione farmaceutica che a loro volta rivendono ai grossisti su base nazionale. Il capitale sociale di Farmacie Italiane è attualmente detenuto da F2i – Fondi Italiani per le Infrastrutture SGR S.p.A. (72,64%), Farmacrimi S.r.l. (26,91%) e Medeopart 5 s.s. (0,45%). Il Gruppo Target, nel 2024, ha realizzato un fatturato pari a circa *[200-300]* milioni di euro a livello globale, di cui circa *[200-300]* milioni di euro realizzati nell'Unione europea e circa *[200-300]* milioni di euro realizzati in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione di concentrazione notificata (di seguito, "Operazione") consiste nell'acquisizione, da parte di Lidea, del controllo esclusivo di Farmacie Italiane, mediante l'acquisto dell'intero capitale sociale della medesima.
4. Il contratto di acquisto delle partecipazioni contiene patti di non concorrenza e non sollecitazione in base ai quali F2i e Farmacrimi si impegnano, per un periodo pari a trentasei mesi dal perfezionamento dell'operazione, a non svolgere, direttamente o indirettamente, e a far sì che le proprie affiliate o parti correlate non svolgano, alcuna delle seguenti attività: *[omissis]*

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. 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 una impresa. Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/1990, non ricorrendo le condizioni di cui all'articolo 1, paragrafi 2 e 3 del Regolamento (CE) n. 139/2004, ed è soggetta all'obbligo di comunicazione preventiva disposto dall'articolo 16, comma 1, della medesima legge, in

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

quanto il fatturato totale realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore 595 milioni e quello dell'impresa di cui è prevista l'acquisizione è superiore a 36 milioni di euro.

6. I patti di non concorrenza e non sollecitazione descritti in precedenza possono essere ritenuti direttamente connessi e necessari alla realizzazione dell'Operazione, in quanto funzionali alla salvaguardia del valore dell'impresa acquisita, a condizione che essi siano limitati temporalmente a un periodo di due anni, circoscritti ai prodotti-servizi e all'area geografica dove essa opera e che non impediscano di acquistare o detenere azioni a soli fini di investimento finanziario, anche per partecipazioni finanziarie superiori al 2% del capitale sociale[1].

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

I mercati rilevanti

7. In considerazione delle attività svolte dalle Parti, l'Operazione riguarda i seguenti mercati: (i) distribuzione all'ingrosso di specialità medicinali e di prodotti parafarmaceutici realizzata dai distributori intermedi; (ii) vendita al dettaglio di prodotti farmaceutici; (iii) vendita al dettaglio di prodotti parafarmaceutici.

8. Per quanto riguarda il mercato *sub* i), l'Autorità nei suoi precedenti[2] ha distinto tra i distributori intermedi (*full-line wholesaler*), i quali forniscono in tempi rapidi l'intera gamma di farmaci prescrivibili, dagli *short-line wholesaler* che, al contrario, si concentrano su una gamma di prodotti ad alto volume di vendita e, tendenzialmente, forniscono un servizio di consegna con minore frequenza (questi ultimi, quindi, non si configurano come distributori ai sensi dell'articolo 100 del d.lgs. n. 219/2006 e non sono soggetti agli obblighi di cui agli articoli 104 e seguenti dello stesso).

9. Sotto il profilo geografico e in base ai più recenti precedenti dell'Autorità[3], il mercato geografico è stato definito di dimensione locale coincidente, in considerazione dei tempi di consegna e degli altri aspetti rilevanti per la distribuzione (densità dei clienti, costi di trasporto, ecc.), con l'area geografica compresa entro una distanza pari a 100 km stradali da ciascun deposito[4].

10. Per quanto riguarda i mercati *sub* ii) e iii), sotto il profilo merceologico, secondo la consolidata prassi dell'Autorità[5], la vendita al dettaglio di prodotti farmaceutici rappresenta un mercato distinto rispetto alla vendita di prodotti parafarmaceutici.

11. Per quel che riguarda l'estensione geografica, ciascuno di tali mercati, nei citati precedenti, è stato definito in via di prima approssimazione di dimensione pari al territorio comunale. Tale definizione è stata, tuttavia, lasciata aperta in quanto – soprattutto nei comuni di maggiori dimensioni – è stato ritenuto plausibile una definizione geografica più ristretta, ad esempio a livello di circoscrizioni municipali. In particolare, in linea con la definizione adottata dall'Autorità in settori in cui la distribuzione avviene tramite punti vendita[6], è stato ritenuto possibile effettuare un'analisi anche a livello di bacini di utenza (c.d. *catchment area*), costituiti, in via di prima approssimazione, da isocrone di 15 minuti di guida da ciascun punto vendita (centroide) in normali condizioni di traffico[7].

12. Ai fini dell'Operazione, non appare tuttavia necessario procedere a una più puntuale delimitazione dei mercati, dei prodotti e geografici, poiché essa non porterebbe comunque a una diversa valutazione dei suoi effetti concorrenziali.

Effetti dell'Operazione

13. L'Operazione non appare idonea a produrre effetti distorsivi della concorrenza, sia dal punto di vista orizzontale che verticale.

14. In particolare, con riferimento al mercato della distribuzione all'ingrosso di prodotti farmaceutici e parafarmaceutici si osserva che:

---

[1] *[Cfr. "Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni", in G.U.U.E. 2005/C-56/03 del 5 marzo 2005.]*

[2] *[Cfr., ex multis, C12722 - Cooperativa Esercenti Farmacia/Unico La Farmacia dei Farmacisti/Newco, provvedimento n. 31648 del 29 luglio 2025, in Bollettino n. 32/2025; C12304 - So.Farma Morra/Corofar-Newco, provvedimento n. 28328 del 4 agosto 2020, in Bollettino n. 34/2020; C12146 - CO.FI.MO-CO.TA.FAR.TI/Newcotafarti, Provvedimento n. 27038 del 14 febbraio 2018, in Bollettino n. 8/2018; C12115 - Cooperativa Esercenti Farmacia/Farmacampania, Provvedimento n. 26799 del 11 ottobre 2017, in Bollettino n. 41/2017; C12111 - CEF-Cooperativa Esercenti Farmacia/Coofarma Salento, provvedimento n. 26797 del 4 ottobre 2017, in Bollettino n. 40/2017.]*

[3] *[Cfr. C12722 - Cooperativa Esercenti Farmacia/Unico La Farmacia dei Farmacisti/Newco, provvedimento n. 31648 del 29 luglio 2025, cit..]*

[4] *[È possibile estendere tale distanza a 110 km stradali, in considerazione del fatto che, le condizioni concorrenziali dei mercati locali possono variare sensibilmente anche in presenza di limitate modifiche dell'estensione geografica considerata, in ragione della distribuzione non omogenea della domanda, della localizzazione puntuale dei depositi e della diversa capacità competitiva degli operatori (cfr. C12722 - Cooperativa Esercenti Farmacia/Unico La Farmacia Dei Farmacisti/Newco, cit.).]*

[5] *[Cfr. C12226 – Admenta Italia/Gruppo Pharmacoop, provvedimento n. 27667 del 30 luglio 2019, in Bollettino n. 20/2019; C12196 – F2I SGR/Gruppo Crimi, provvedimento n. 27409 del 31 ottobre 2018, in Bollettino n. 43/2018.]*

[6] *[Cfr., ex multis, C12751 – Conad Adriatico/Risto Cash & Carry-Eurocisette-Cisette Più Sette, provvedimento n. 31815 del 20 gennaio 2026, in Bollettino n. 6/2026; C12488 - Bubbles Bidco/Quattro, provvedimento n. 30404 del 2 dicembre 2022, in Bollettino n. 46/2022.]*

[7] *[In particolare, sono state considerate le condizioni di traffico di un mercoledì futuro, alle ore 18.00.]*

- il Gruppo Target è stato attivo nella distribuzione a favore di distributori all'ingrosso autorizzati e, in misura del tutto trascurabile, nella distribuzione verso operatori al dettaglio. Tale attività è stata, in ogni caso, cessata a partire da maggio 2026, con contestuale avvio delle procedure per la revoca dell'autorizzazione alla distribuzione all'ingrosso di medicinali ai sensi del d.lgs. n. 219/2006;
- il Gruppo DMB è attivo esclusivamente nella distribuzione all'ingrosso a favore delle farmacie e parafarmacie del medesimo Gruppo.

15. Le circostanze richiamate escludono che l'Operazione sia idonea a determinare criticità di tipo concorrenziale, considerato il carattere residuale dell'attività di distribuzione all'ingrosso verso terzi svolta dal Gruppo Target, peraltro cessata da maggio 2026, nonché il carattere essenzialmente *captive* dell'attività del Gruppo DMB. Pertanto, l'Operazione non appare idonea a modificare in misura apprezzabile le dinamiche concorrenziali nei mercati a monte della distribuzione all'ingrosso di prodotti farmaceutici e parafarmaceutici.

16. Con riferimento ai mercati della vendita al dettaglio di prodotti farmaceutici e parafarmaceutici, non si ravvisano criticità concorrenziali di natura orizzontale derivanti dall'operazione. Infatti, posto che il Gruppo DMB è attivo in Italia con una rete di 238 farmacie e il Gruppo Target ha 48 punti vendita (44 farmacie e 4 parafarmacie), sia considerando una definizione geografica comunale sia una più restrittiva, rappresentata da mercati isocronali di 15 minuti di guida centrati sulle farmacie, si osserva, sulla base dei dati forniti dalla Parte notificante, che l'entità *post-merger* deterrà, nelle varie distinzioni merceologiche dei mercati (farmaci e parafarmaci), quote di mercato sempre inferiori al 20%. Parimenti, non si rilevano criticità concorrenziali pur considerando isocrone di 10 minuti di guida, atteso che le quote di mercato *post-merger* sono altresì contenute (generalmente inferiori al 20%). Peraltro, in tali mercati (comunali o isocronali), sono sempre presenti numerose altre farmacie situate in prossimità delle farmacie delle Parti. Pertanto, l'operazione non appare in grado di determinare effetti di natura concorrenziale significativi.

17. Alla luce delle considerazioni che precedono, stante l'assenza di significative sovrapposizioni di natura orizzontale, nonché di possibili criticità concorrenziali di carattere verticale, l'Operazione non appare idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante.

RITENUTO, pertanto, che l'Operazione 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 le clausole di non concorrenza e non sollecitazione pattuite sono accessorie alla presente operazione nei soli limiti sopra precisati, e che l'Autorità si riserva di valutare, laddove ne sussistano i presupposti, i patti che si dovessero realizzare oltre tali limiti;

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 VICE SEGRETARIO GENERALE
Serena Stella

IL PRESIDENTE
Saverio Valentino