

C12487 - IN'S MERCATO/RAMO DI AZIENDA DICO

Provvedimento n. 30414

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 dicembre 2022;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTO il Regolamento (CE) n. 139/2004 del Consiglio, del 20 gennaio 2004, relativo al controllo delle concentrazioni tra imprese;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società IN's Mercato S.p.A., pervenuta in data 5 settembre 2022;

VISTA la richiesta di informazioni, inviata in data 3 ottobre 2022, con conseguente interruzione dei termini ai sensi dell'articolo 5, comma 3, del D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTE le informazioni aggiuntive inviate dalla società IN's Mercato S.p.A., pervenute in data 14 novembre 2022;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. IN's Mercato S.p.A. (di seguito "IN's") è una società del Gruppo PAM, attivo nel commercio al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo. Il Gruppo PAM, integralmente controllato dalla società Gecos – Generale di Commercio e Servizi S.p.A., opera nel settore sotto le insegne "Panorama", "PAM", "Pam local", "IN's" e gestisce una rete *franchising* contraddistinta dalle insegne "META", "Pam club", "Pam Express" e "Pam local". Il fatturato complessivamente realizzato dal gruppo PAM a livello nazionale, nel 2021, è stato pari a circa [2-3]* miliardi di euro.

2. Il Ramo d'azienda *target* è costituito da 54 punti vendita della tipologia *discount*, di proprietà di Cesed S.p.A. (2) e della sua controllata Dico S.p.A. (52), contraddistinti dalle insegne "TuoDi" e "Fresco Market". Il fatturato del 2021 attribuibile al Ramo d'azienda è di circa [100-517] milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame ha ad oggetto l'acquisizione, da parte del Gruppo PAM, di 54 punti vendita ubicati nelle regioni Lazio, Toscana, Umbria e Marche. Si tratta, in particolare, di 39 supermercati (dimensione compresa tra i 400 e i 2.499 mq) e 15 *superette* (dimensione compresa tra i 100 e i 399 mq).

4. L'operazione, per quanto riguarda i 52 punti vendita di Dico, è funzionale a dare completa esecuzione al piano concordatario omologato con provvedimento del Tribunale di Roma in data 21 giugno 2019.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di impresa, costituisce una concentrazione ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90.

6. 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 dall'operazione è stato superiore a 517 milioni di euro ed il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dalle imprese oggetto di acquisizione è stato superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

7. L'operazione in esame interessa il settore della grande distribuzione organizzata (GDO) di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo. Secondo la prassi consolidata dell'Autorità, nel settore della GDO operano, a livello nazionale, molteplici operatori, con dimensioni, caratteristiche e formule organizzative estremamente variegate. In particolare, la GDO viene solitamente suddivisa in: Grande Distribuzione (GD), nella quale sono comprese le grandi catene distributive organizzate in forma di impresa o di gruppo di imprese, e Distribuzione Organizzata (DO), di cui

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

fanno parte le catene costituite da soggetti giuridici distinti, ma "legati" dalla comune adesione a formule associative di vario tipo, quali consorzi, unioni volontarie, società di servizi, cooperative di consumo, ecc..

8. All'interno della GDO possono distinguersi diverse categorie di punto vendita (ipermercati, supermercati, *superette* e *discount*) che si differenziano rispetto a un insieme di caratteristiche (dimensione, posizionamento, gamma di prodotti offerti, presenza di banchi del fresco, ecc.) che concorrono a determinarne la qualità e il livello di servizi offerti.

9. L'Autorità, ad esito di recenti approfondimenti istruttori nell'ambito di alcuni procedimenti per la valutazione di un'operazione di concentrazione nel settore del GDO¹, ha avuto modo di aggiornare la definizione dei mercati merceologici in tale settore, distinti per categoria dimensionale di punto vendita (mercati degli ipermercati, dei supermercati e delle *superette*).

10. L'operazione in esame, riguardando l'acquisizione di 39 supermercati e 15 *superette*, ha impatto sui mercati merceologici dei supermercati e delle *superette*. Il primo risulta composto da tutti i supermercati, dalle *superette*, dagli ipermercati e dai *discount*, ossia tutti i punti vendita da 100 mq in su. Il secondo è composto dalle *superette*, dai supermercati e dai *discount*, ovvero i punti vendita aventi una dimensione compresa tra i 100 e i 2.499 mq.

Il mercato geografico

11. Sotto il profilo geografico, i mercati della GDO hanno dimensione locale, in considerazione dei comportamenti di acquisto dei consumatori e dell'importanza da questi attribuita alla prossimità dei punti vendita.

12. Nei recenti approfondimenti istruttori sopra citati, l'Autorità è pervenuta alla conclusione che la distanza che meglio rappresenta le abitudini di spesa della domanda è pari, nel caso dei supermercati, a 15 minuti di guida, mentre nel caso delle *superette* è limitata a 10 minuti di guida. Pertanto, i mercati geografici interessati dalla presente operazione sono, per i 39 supermercati, quelli delimitati da curve isocrone di 15 minuti di guida costruite intorno ai punti vendita oggetto di acquisizione e, per le 15 *superette*, quelli delimitati da curve isocrone di 10 minuti di guida.

Gli effetti dell'operazione

13. Il settore interessato dall'operazione in esame è quello della grande distribuzione organizzata, nel quale sono attive entrambe le Parti.

14. Nei 39 mercati locali dei supermercati considerati, sulla base dei dati forniti dalle Parti, l'operazione non appare in grado di alterare significativamente le condizioni concorrenziali. In 19 mercati locali, infatti, l'acquirente non risulta presente con propri punti vendita e l'operazione determina, pertanto, la mera sostituzione di un operatore con un altro. Nei 20 restanti mercati locali, la quota *post merger* risulta sempre inferiore al 10%, tranne in 4 casi in cui la quota combinata delle Parti rimane comunque inferiore al 25%.

15. Allo stesso modo, nei 15 mercati locali delle *superette*, sulla base dei dati forniti dalle Parti, l'operazione non è in grado di modificare l'assetto competitivo. In 7 mercati locali, infatti, l'acquirente non è presente con propri punti vendita e l'operazione determina, pertanto, la sostituzione di un operatore con un altro. Negli altri 8 mercati locali delle *superette*, solo in 5 casi la quota *post merger* supera il 10%, rimanendo in ogni caso inferiore al 20%.

16. Pertanto, alla luce delle contenute quote di mercato delle Parti e della presenza di numerosi e qualificati concorrenti, nei mercati locali dei supermercati e delle *superette* considerati l'operazione non risulta idonea ad alterare in maniera significativa l'assetto concorrenziale preesistente.

17. In conclusione, in ragione delle considerazioni sopra esposte, si ritiene che la concentrazione in esame non sia idonea a ostacolare in misura significativa la concorrenza effettiva 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. 287/90, in misura significativa la concorrenza effettiva nei mercati interessati e non comporta la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante;

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 delle Imprese e del Made in Italy.

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

¹ [Cfr. C12279 - DI PERDI/RAMI DI AZIENDA DI SMA E SOCIETÀ GENERALE DISTRIBUZIONE, provv. 28326 del 4 agosto 2020, in Boll. 34/2020; C12247B - BDC ITALIA-CONAD/AUCHAN, provv. n. 28163 del 25 febbraio 2020, in Boll. 10/2020; C12246 - FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA-DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE, provv. n. 28038 del 20 dicembre 2019, in Boll. n. 52/2019.]

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli