C11958 - DIMAR/DIECI PUNTI VENDITA DEL GRUPPO VALENZA
Provvedimento n. 25102

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 24 settembre 2014;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

VISTA la comunicazione della società DIMAR S.p.A., pervenuta in data 4 settembre 2014;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

DIMAR S.p.A. (di seguito, Dimar) è una società che opera nel settore della distribuzione moderna di prodotti alimentari e non alimentari di largo consumo.
Dimar aderisce al gruppo di acquisto SELEX, di cui utilizza le insegne commerciali (quali ad esempio, FAMILA).
Nel 2013 il fatturato consolidato realizzato in Italia da DIMAR è stato di circa 768 milioni di euro.

Oggetto di acquisizione sono dieci punti vendita, ad insegna commerciale FAMILA, appartenenti ad alcune società del gruppo VALENZA, aderente al gruppo di acquisto SELEX (in particolare, si tratta delle società Valenza S.p.A., Boreva S.r.l., Buonmercato S.r.l., Jolly S.r.l. e SGS S.r.l.). Il fatturato complessivamente imputabile a tali punti vendita, realizzato nel 2013, è pari a circa 56 milioni di euro.
In particolare, i punti vendita interessati, di seguito elencati, sono tutti localizzati nella provincia di Torino.

località	**provincia**	**mq**	**Insegna**
Chieri	TO	1600	Famila
Poirino	TO	1400	Famila
Brandizzo	TO	1350	Famila
Volvera	TO	1500	Famila
Chivasso	TO	1100	Famila
Torino	TO	1500	Famila
Torino	TO	1500	Famila
Rivalta	TO	1500	Famila
San Mauro	TO	1500	Famila
Cumiana	TO	1500	Famila

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione in esame consiste nell'acquisizione, da parte di DIMAR, dei dieci punti vendita sopra descritti.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

L'operazione comunicata, in quanto comporta l'acquisizione del controllo di parti di un'impresa, 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, così come modificato dall'articolo 5-*bis*, comma 2, lettera c), del D.L. 24 gennaio 2012, n. 1, convertito in legge 24 marzo 2012, n. 27, in quanto il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, dall'insieme delle imprese interessate è stato superiore a 489 milioni di euro ed il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale dalle parti d'impresa oggetto di acquisizione è stato superiore a 49 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

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*[1], 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. 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, in considerazione delle dimensioni dei punti vendita oggetto di acquisizione, comprese tra 1100 mq e 1600 mq, il mercato del prodotto rilevante dal punto di vista merceologico è quello dei supermercati, composto da tutti i punti vendita della distribuzione moderna.

Il mercato geografico

Da un punto di vista geografico, il mercato ha una 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 del mercato 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, pertanto, il mercato rilevante è quello dei supermercati della provincia di Torino.

Effetti dell'operazione

Nel mercato dei supermercati della provincia di Torino, la quota posseduta da tutti soggetti aderenti a SELEX è di circa il 9%, ivi compresi i dieci punti vendita oggetto di acquisizione anch'essi aderenti a SELEX. La conclusione dell'operazione non è pertanto idonea a determinare in capo alla società acquirente un incremento di quota di mercato.
In tale mercato rilevante operano qualificati concorrenti quali COOP, CARREFOUR e AUCHAN titolari di quote di mercato pari, rispettivamente, a 27%, 24% e 5%
Per quanto precede, l'operazione comunicata non è suscettibile di alterare le condizioni concorrenziali nel mercato interessato.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione non conduce, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, alla costituzione o al rafforzamento di una posizione dominante nel 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.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Roberto Chieppa

IL PRESIDENTE
Giovanni Pitruzzella

[1] *[Cfr. provv. n. 6113 del 18 giugno 1998, "Schemaventuno-Promodes".]*