C12268 - UNES MAXI/OTTO RAMI DI AZIENDA DI REX SUPERMERCATI
Provvedimento n. 28044

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 dicembre 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione della società Unes Maxi S.p.A., pervenuta in data 12 novembre 2019;

VISTE le informazioni aggiuntive della società Unes Maxi S.p.A. pervenute in data 28 novembre e 2 dicembre 2019 ad integrazione della precedente comunicazione;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Unes Maxi S.p.A. (di seguito "Unes" o "acquirente") è una società attiva nel commercio al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari di largo e generale consumo, che opera sul mercato italiano con circa 200 punti vendita (di seguito, anche "pv") della tipologia supermercato, detenuti sia in proprio sia tramite *franchising*, sotto tre diverse insegne: "U2 Supermercato", "U! Come tu mi vuoi" e "Il viaggiatore goloso".
Il capitale sociale di Unes è interamente detenuto da Finiper S.p.A., società controllata, tramite la società Canova S.p.A., da una persona fisica. Il Gruppo Finiper opera nel settore della GDO con supermercati e ipermercati siti sull'intero territorio nazionale. Nel 2018 il Gruppo ha realizzato un fatturato consolidato di circa *[2-3]*[*] miliardi di euro per vendite in Italia.

2. Rex Supermercati S.r.l. in liquidazione in concordato preventivo (di seguito "Rex in liquidazione") è una società attiva nel settore della GDO, che opera con 8 pv della tipologia supermercato, di cui 7 situati nella provincia di Lecco e uno in provincia di Monza-Brianza. Gli 8 punti vendita, 6 a insegna Rex e 2 a insegna Eurospin, oggetto di acquisizione nell'ambito della presente operazione, hanno realizzato complessivamente, nel 2018, un fatturato pari a circa *[50-60]* milioni di euro.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione in esame ha a oggetto l'acquisizione di 8 punti vendita della società Rex in liquidazione (cfr. Tabella 1) da parte del Gruppo Finiper, tramite la controllata Unes. In data 22 ottobre 2019, Unes ha partecipato alla procedura competitiva in busta chiusa cauzionata *ex* articolo 107, comma 1, della Legge Fallimentare, aggiudicandosi il lotto relativo a tutti gli 8 punti vendita di Rex in liquidazione. Il perfezionamento dell'operazione è stato fissato entro il mese di dicembre 2019; in particolare, il termine per il pagamento del prezzo è stato fissato al 22 dicembre 2019.

Tabella 1 – Punti vendita oggetto di acquisizione

Insegna	**Indirizzo**	**Dimensioni**
Rex	Via Milano, 36 – Oggiono (LC)	*[400-2.499]* mq
Rex	Via Nazionale, 16 – Calco (LC)	*[400-2.499]* mq
Rex	Via Casati, 2 – Monticello Brianza (LC)	*[400-2.499]* mq
Rex	Via Monsignor Colli, 2 – Barzanò (LC)	*[400-2.499]* mq
Rex	Via U. Merlini, 26 – Missaglia (LC)	*[400-2.499]* mq
Rex	Via M. san Marco, 1 – Cesano Maderno (MB)	*[400-2.499]* mq
Eurospin	Viale Europa, 13/15 – Oggiono (LC)	*[400-2.499]* mq
Eurospin	S.S. 342 Briantea – Olgiate Molgora (LC)	*[400-2.499]* mq

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

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. 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.
5. 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 è stato superiore a 498 milioni di euro e il fatturato realizzato nell'ultimo esercizio a livello nazionale individualmente dalle imprese interessate è stato superiore a 30 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

Il mercato del prodotto

6. 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[1], 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 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..
7. All'interno della GDO possono distinguersi diverse categorie di punti 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.
8. Ad esito di un approfondimento istruttorio nell'ambito di un procedimento per la valutazione di un'operazione di concentrazione nel settore della GDO[2] svolto parallelamente alla valutazione della presente operazione, l'Autorità ha aggiornato la definizione dei mercati merceologici in tale settore, distinti per categoria dimensionale di punto vendita (mercati degli ipermercati, dei supermercati e delle *superette*).
9. In particolare, tenuto conto che l'operazione in esame riguarda l'acquisizione di 8 punti vendita tutti di dimensione compresa tra i 400 e i 2.499 mq, il mercato merceologico rilevante ai fini della presente operazione è quello dei supermercati. Tale mercato, alla luce della nuova definizione, risulta composto da tutti i supermercati, dalle *superette*, dagli ipermercati e dai *discount*, ossia da tutti i punti vendita da 100 mq in su[3].

Il mercato geografico

10. 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.
11. Nell'approfondimento istruttorio sopra citato, l'Autorità è pervenuta anche ad una più precisa individuazione dell'ambito geografico del mercato locale dei supermercati. In particolare, la distanza che meglio rappresenta le abitudini di spesa della domanda che si rivolge a tale categoria di punti vendita è pari a 15 minuti di guida. Pertanto, i mercati geografici interessati dalla presente operazione sono quelli delimitati da curve isocrone di 15 minuti di guida costruite intorno agli 8 punti vendita oggetto di acquisizione.

Gli effetti dell'operazione

12. Il settore interessato dall'operazione in esame è quello della grande distribuzione organizzata, nel quale sono attive entrambe le Parti.
13. Negli otto mercati locali dei supermercati considerati, ciascuno costituito da tutti i punti vendita della GDO raggiungibili in massimo 15 minuti di guida dal punto vendita oggetto di acquisizione (c.d. centroide), sulla base dei dati forniti dalle Parti, gli effetti dell'operazione sono i seguenti: (i) in 2 degli 8 mercati locali (aventi come centroidi i punti vendita di Via Milano, 36 – Oggiono e di Via Monsignor Colli, 2 – Barzanò) l'acquirente non risulta presente con propri punti vendita e l'operazione determina, pertanto, la mera sostituzione di un operatore con un altro; (ii) nei restanti 6 mercati locali, la quota *post merger* delle Parti risulta sempre inferiore al 10% e sono presenti numerosi e qualificati concorrenti (Esselunga, Carrefour, Agorà).
14. Alla luce di quanto precede, si ritiene che non sia necessario ricorrere ad ulteriori approfondimenti in merito all'impatto dell'operazione sotto il profilo degli effetti unilaterali, in quanto le quote *post merger* dell'acquirente risultano contenute nonché gli incrementi marginali delle stesse – ove non si tratti della mera sostituzione di un operatore con un altro – sono tali per cui l'operazione non appare idonea ad alterare in maniera significativa l'assetto concorrenziale preesistente sui mercati rilevanti.

---

[1] *[V. IC43 – SETTORE DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA, Delibera n. 24465 del 24 luglio 2013.]*

[2] *[Cfr. C12246 FRATELLI ARENA/RAMI DI AZIENDA DI SMA -DISTRIBUZIONE CAMBRIA-ROBERTO ABATE]*

[3] *[Nel caso dei supermercati, sotto il profilo merceologico, l'aggiornamento della definizione del mercato ha riguardato esclusivamente l'inclusione dei punti vendita della tipologia discount.]*

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non determina, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante sui mercati interessati 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 sarà pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

IL SEGRETARIO GENERALE
Filippo Arena

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli