C12326 – ZEBRA/FRIDA
Provvedimento n. 28409

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 ottobre 2020;

SENTITO il Relatore, Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287;

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

VISTA la comunicazione di Zebra S/A pervenuta in data 2 ottobre 2020;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Zebra SA, società di diritto danese, è una portfolio company che opera nello sviluppo e vendita di oggettistica varia per la casa e la persona tra cui i prodotti a marchio FLYING TIGER COPENHAGEN ("FTC"), la vendita al dettaglio dei quali è effettuata in maniera esclusiva o congiunta con società *partner* locali.
In Italia Zebra vende al dettaglio i propri prodotti a marchio FTC attraverso una rete di 120 punti vendita controllati e gestiti da tre distinte società, segnatamente: (i) per l'Italia settentrionale, Tiger Italy 1 S.r.l., controllata in via esclusiva da Zebra; (ii) per l'Italia centrale, Tiger 2 S.r.l. (di seguito Tiger 2), attualmente controllata congiuntamente con la società Frida S.r.l. (parte del presente procedimento); e (iii) per l'Italia meridionale, Tiger Italy 3 S.r.l. ("Tiger 3"), controllata congiuntamente da Zebra e un altro partner locale.
Zebra è parte del gruppo di private equity EQT. I fondi EQT detengono partecipazioni in settori molto diversificati.
Nel 2019, il fatturato consolidato realizzato dal gruppo EQT a livello mondiale è stato di circa [20-30]* miliardi di euro, di cui circa [10-20] miliardi di euro per vendite nell'Unione Europea e circa [504-700] milioni di euro per vendite in Italia.

2. Frida S.r.l. (di seguito Frida) è una società *holding* avente quale unico scopo la gestione di una partecipazione del 50% nel capitale sociale di Tiger 2 s.r.l. e che le conferisce il controllo congiunto sulla stessa assieme a Zebra. Tiger 2 è stata costituita con lo scopo di avviare l'attività di vendita al dettaglio dei soli prodotti a marchio FTC attraverso 36 punti vendita localizzati in province dell'Italia centrale (la maggioranza dei quali a Roma).
Il capitale sociale di Frida è interamente detenuto da due persone fisiche (i Soci Frida).
Nel 2019, Frida ha realizzato un fatturato di [30-100] milioni di euro per vendite in Italia.

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione, da parte di Zebra, dell'intera partecipazione al capitale sociale di Frida, per effetto della quale Zebra acquisirà il controllo esclusivo della società Frida e della società Tiger 2, attualmente soggetta al controllo congiunto di Zebra e di Frida.
4. Le Parti hanno altresì pattuito un obbligo di non concorrenza in capo agli attuali soci venditori, i quali si asterranno, per un periodo di [*omissis*] dall'esercitare, nel territorio italiano, attività in concorrenza con quella della Target.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

5. L'operazione comunicata costituisce una concentrazione, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, lettera b), della legge n. 287/90, in quanto comporta l'acquisizione di un controllo esclusivo di un'impresa.
Essa rientra nell'ambito di applicazione della legge n. 287/90, 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 504 milioni di euro e il fatturato totale realizzato individualmente, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.
6. Il patto di non concorrenza concordato dalle parti può essere considerato accessorio e necessario alla realizzazione dell'operazione in esame, in quanto volto a preservare il valore dell'impresa *target* e risulta lecito in considerazione sia della sua portata materiale, circoscritta all'attività economica in concorrenza con quella oggetto di cessione, sia della sua durata, non superiore ai due anni[1].

---

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

1 *[Si veda Comunicazione della Commissione sulle restrizioni direttamente connesse e necessarie alle concentrazioni (2005/C 56/03).]*

IV. VALUTAZIONE DELL'OPERAZIONE

7. L'operazione comunicata concerne l'acquisizione da parte di Zebra del controllo esclusivo della società veicolo Frida e, di conseguenza, di Tiger 2 già soggetta al suo controllo congiunto. Tiger 2 opera nella vendita al dettaglio di una varietà di prodotti a marchio FTC – [*omissis*] - connotati da una qualità medio-bassa e da prezzi di vendita relativamente contenuti[2]. Tenuto conto dell'attività svolta da Tiger 2, l'operazione in esame interessa la vendita al dettaglio (c.d. *retail*) di oggettistica varia per la casa e la persona e, a monte, la fornitura di oggettistica varia per la casa e la persona.

8. Sotto il profilo geografico, la vendita al dettaglio di oggettistica varia per la casa e la persona può, in prima approssimazione, considerarsi di dimensione locale in ragione dei comportamenti di acquisto per tali tipologie di beni e della scelta dei consumatori finali che si indirizza tendenzialmente verso punti vendita di prossimità. Quanto alla fornitura dei prodotti venduti essa presenta una dimensione quanto meno nazionale.

9. Nel caso di specie, non è necessario pervenire a una esatta delimitazione dei mercati rilevanti in quanto, a prescindere dall'esatta individuazione dei confini merceologici e geografici degli stessi, l'operazione in esame non appare sollevare criticità di natura concorrenziale.

10. Infatti, tenendo conto anche della circostanza che la quota di Target 2 era già detenuta in precedenza da Zebra in virtù del controllo congiunto esercitato dall'impresa acquirente, l'operazione non appare in grado di produrre sovrapposizioni orizzontali né verticali tra le attività delle Parti. Entrambi i mercati a monte e a valle, inoltre, presentano una struttura frammentata e si caratterizzano per la presenza di numerosi concorrenti.

11. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare idonea ad incidere in maniera significativa sulle condizioni concorrenziali nella vendita al dettaglio e nella fornitura di oggettistica varia per la casa e la persona.

RITENUTO, pertanto, che l'operazione in esame non comporta, ai sensi dell'articolo 6, comma 1, della legge n. 287/90, la costituzione o il rafforzamento di una posizione dominante nei 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

[2] *[Tali prodotti, di ispirazione e design prettamente scandinavi, includono inter alia: - piccoli oggetti decorativi (ad es., piccole piante artificiali, orologi, cornici); - accessori per l'ufficio (ad es., quaderni, matite, penne, decorazioni per la scrivania); - accessori per la persona (ad es., ombrelli, cappelli, occhiali da sole); - oggetti per feste (ad. es., ghirlande, decorazioni, candeline, tovaglioli, stoviglie usa e getta, set da tavola); - piccoli dispositivi elettronici (ad es., altoparlanti Bluetooth, calcolatrici tascabili, accessori per smartphone); - giocattoli (ad. es. giochi da tavola, giocattoli, pupazzi, scherzi, giochi originali); - prodotti alimentari (ad. es prevalentemente dolciumi, snack e spezie); - articoli da tavola (stoviglie, set da tavola, tovaglioli, utensili da cucina e altri accessori). Si tratta di prodotti caratterizzati da prezzi di vendita contenuti, nella maggior parte dei casi non superiori ai 10€.]*