C12470 - ESPRINET/CELLULARLINE
Provvedimento n. 30322

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 4 ottobre 2022;

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 Esprinet S.p.A., pervenuta in data 20 luglio 2022;

VISTA la richiesta di informazioni inviata alla società Esprinet S.p.A. in data 4 agosto 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 Esprinet S.p.A. in date 6, 12, 19 settembre 2022 e le informazioni aggiuntive inviate da Cellularline S.p.A. e pervenute in data 9, 12, 15, 20 settembre 2022;

VISTA la documentazione agli atti;

CONSIDERATO quanto segue:

I. LE PARTI

1. Esprinet è una società quotata sulla Borsa di Milano attiva nella distribuzione *business-to-business* (B2B) di *Information Technology* (di seguito "IT") ed elettronica di consumo in Italia e nella penisola iberica (Spagna e Portogallo). I soci in possesso di quote di partecipazione della società maggiori al 5% sono persone fisiche e società.
Nel 2021 il fatturato realizzato a livello mondiale dal Gruppo Esprinet è stato pari a circa *[4-5]** miliardi di euro, di cui circa *[2-3]* miliardi di euro realizzati in Italia.
Le società detenute da Esprinet svolgono tutte attività complementari e/o funzionali al *core business* della distribuzione di prodotti elettronici. La gamma di prodotti commercializzata da Esprinet comprende oltre 650 marchi di primari produttori di tecnologia (c.d. "*vendor*"). Oltre a fornire servizi di vendita all'ingrosso tradizionali, Esprinet svolge il ruolo di abilitatore dell'ecosistema tecnologico. Il Gruppo offre, ad esempio, una piattaforma di *e-commerce* chiavi in mano a centinaia di rivenditori, la gestione *in-shop* per migliaia di punti vendita al dettaglio, soluzioni di pagamento e finanziamento specializzate per la comunità di rivenditori, offrendo anche generazione della domanda da parte degli utenti finali e analisi dei *big data* ai principali produttori e rivenditori tecnologici che sempre più esternalizzano le attività di *marketing*. Servizi *cloud*, *software* di collaborazione e di *cybersecurity*, sistemi di videoconferenza, infrastrutture IT avanzate, soluzioni di elettronica di consumo specializzate come elettrodomestici connessi o piattaforme di *gaming* sono nuove aree di crescita a valore aggiunto che alimentano un'ulteriore crescita futura dei ricavi per il settore, mentre i servizi logistici e finanziari, nonché il modello di vendita "a consumo", offrono crescenti opportunità di espansione dei margini. A questi si affiancano la "tradizionale" distribuzione all'ingrosso di prodotti informatici di marca (*hardware* e *software*), di apparati di telefonia mobile, di accessori per questi ultimi, rivolta a rivenditori orientati a utenti finali sia di tipo "*consumer*" sia di tipo "*business*", e la distribuzione di prodotti a marchio proprio realizzati da terzi su commessa: NILOX, marchio con cui vengono realizzati prodotti di mobilità elettrica, entertainment sportivo e accessori per PC, e CELLY, marchio con cui vengono realizzati accessori per telefonia mobile.
2. Cellularline è la *holding* dell'omonimo gruppo, attivo nel settore degli accessori per *smartphone* e *tablet* – e, più in generale, dispositivi portatili – principalmente nell'area Europa, Medio Oriente e Africa (di seguito "EMEA"). Cellularline è quotata alla Borsa di Milano e le quote di partecipazione societaria superiori al 5% risultano detenute da persone fisiche e società. Più in particolare, il gruppo Cellularline progetta, distribuisce e commercializza una gamma di prodotti suddivisi nelle seguenti linee di prodotto:
- linea di prodotto Red, comprendente accessori per dispositivi multimediali (quali custodie, *cover*, supporti per auto, vetri protettivi, alimentatori, carica batterie portatili, cavi dati e di ricarica, cuffie, auricolari, *speaker*, prodotti tecnologici indossabili e adattatori viaggio);
- linea di prodotto Black, comprendente tutti i prodotti e accessori legati al mondo delle moto e delle bici (quali, ad esempio, interfoni e supporti per *smartphone*);
- linea di prodotto Blue, che include tutti i prodotti commercializzati in Italia con marchi non di proprietà del Gruppo.

Nel 2021, Cellularline ha realizzato a livello mondiale un fatturato consolidato pari a *[100-517]* milioni di euro, di cui *[100-517]* milioni di euro in Unione Europea e, più in particolare, *[31-100]* milioni di euro a livello nazionale.

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

II. DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE

3. L'operazione comunicata consiste nell'acquisizione del controllo esclusivo di Cellularline da parte di Esprinet, la quale acquisirà il 100% del capitale sociale di quest'ultima tramite una Offerta Pubblica di Acquisto (di seguito "OPA") promossa da 4 Side S.r.l. – una società del gruppo Esprinet – e, indirettamente, il capitale sociale delle società controllate da Cellularline.

III. QUALIFICAZIONE DELL'OPERAZIONE

4. L'operazione comunicata, in quanto finalizzata all'acquisizione del controllo esclusivo di parte 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 139/2004, 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 517 milioni di euro e il fatturato totale realizzato, nell'ultimo esercizio a livello nazionale, da almeno due delle imprese interessate è stato superiore a 31 milioni di euro.

IV. VALUTAZIONE DELLA CONCENTRAZIONE

5. Il Gruppo Esprinet è attivo nella distribuzione *business-to-business* (di seguito "B2B") di prodotti IT (*hardware*, *software* e servizi) ed elettronica di consumo). Con riferimento alla vendita all'ingrosso di prodotti accessori per cellulari, Esprinet distribuisce i prodotti della propria controllata Celly (di proprietà della stessa società), nonché prodotti a marchio terzi (e.g., Apple, Samsung).

6. Differentemente da Esprinet, attiva nella vendita all'ingrosso di tutti i prodotti *IT*, l'unica attività svolta da Cellularline a livello nazionale è la vendita all'ingrosso di accessori per *device* digitali presso i clienti rivenditori (*retailer*), distributori all'ingrosso e siti *e-commerce*. Come già rappresentato, il modello distributivo di Cellularline in Italia segmenta le tipologie di prodotto in 3 macro-linee distinte: i) "*Red*": accessori per *device* digitali con marchi propri; ii) "*Blue*": accessori per *device* digitali con marchi terzi; iii) "*Black*": accessori per *smartphone* destinati all'uso in moto (ad esempio interfoni per caschi e supporti *smartphone* per manubrio).

7. Esprinet e Cellularline non sono attive nella produzione dei prodotti di elettronica, bensì commercializzano prodotti importati, solitamente dai grandi *manifacturer* (Apple e Samsung) o da produttori asiatici.

Il settore interessato e il mercato rilevante

8. La parte notificante richiama la circostanza che nei propri precedenti[1], l'Autorità ha individuato un mercato all'ingrosso di accessori destinati al mercato di massa per apparecchi elettronici portatili.

9. Sotto il profilo geografico, la Parte osserva che il mercato in questione potrebbe eventualmente avere dimensione sovranazionale tenendo conto dei seguenti fattori: omogeneità nello Spazio Economico Europeo (di seguito "SEE") della domanda e dell'offerta, costi di trasporto contenuti, assenza di barriere all'utilizzo dei prodotti distribuiti nonché, in ultimo, la circostanza che spesso gli acquisti per la tipologia di prodotti in questione vengono svolti da centrali di acquisto transnazionali. Ciononostante, la Parte ritiene che la definizione del mercato merceologico o geografico possa essere lasciata aperta in quanto le valutazioni di ordine concorrenziale non risulterebbero diverse quale che sia l'esatta definizione di mercato adottata. Da ultimo, la Parte ritiene non sussistano barriere all'entrata nel mercato.

10. Seguendo questa impostazione, secondo la Parte notificante, il mercato della distribuzione all'ingrosso di prodotti accessori per *smartphone* appare far parte del mercato più generale della distribuzione all'ingrosso di prodotti IT ed elettronici.

11. Nei propri precedenti, la Commissione europea ha analizzato operazioni di concentrazione similari – ancorché non esattamente sovrapponibili al caso di specie – in relazione a diversi mercati, svolgendo analisi di mercato con gli operatori settoriali allo scopo di individuare, in caso, possibili segmentazioni degli stessi per categorie di prodotto o canali di vendita. È questo il caso delle operazioni *M.9324 - ALSO/ABC DATA GROUP* (di seguito "M.9324"[2]), *M.8248 Tech Data/Avnet's Technology Solutions* (di seguito "M.8248"[3]), *M. 7259 - Carphone Warehouse/Dixons* (di seguito "M7259"[4]). Nei propri precedenti, la Commissione Europea non ha ritenuto di dover restringere ulteriormente il mercato rilevante in segmentazioni per categorie di prodotto o canali di vendita.

---

[1] *[V. provv. n. 24464 del 24 luglio 2013, C11915 - L CAPITAL MANAGEMENT/CELLULAR ITALIA, in Boll. n. 31/2013.]*

[2] *[V. M.9324 - ALSO / ABC DATA GROUP del 12 giugno 2019.]*

[3] *[V. M.8248 Tech Data/Avnet's Technology Solutions del 23 febbraio 2017. V. anche M. 6577 Avnet/Magirus del 21 settembre 2012 e M.5091 Tech Data/Scribona del 24 aprile 2008.]*

[4] *[V. M. 7259 Carphone Warehouse/Dixons del 25 giugno 2014. Nella M.7259, la Commissione ha esaminato se il mercato al dettaglio delle apparecchiature elettroniche possa essere ulteriormente suddivisa in (i) negozi fisici (vendita al dettaglio offline) e (ii) acquisti da casa di apparecchiature per dispositivi elettronici (che include acquisti online e acquisti da catalogo), lasciando aperta la definizione di mercato. Nella M.9324, la Commissione ha considerato i seguenti mercati: (i) la distribuzione all'ingrosso di prodotti Information Technology ("IT") (es. PC, notebook, workstation, tablet, ecc.); (ii) distribuzione all'ingrosso di apparecchiature per telecomunicazioni*

12. In relazione alle caratteristiche del settore e alla filiera verticale, l'Autorità ha inviato richieste di informazioni a una pluralità di società attive ai vari livelli della stessa[5], allo scopo di individuare il mercato rilevante, compresi alcuni dei concorrenti di Esprinet, attivi sia nei confronti dei rivenditori (il c.d. "mercato *consumer*") che nel mercato professionale o *Business* (professionisti, aziende, PA)[6].

13. Dalle informazioni raccolte appare confermata la possibilità di individuare, in ragione delle caratteristiche della domanda e dell'offerta, un mercato distinto della distribuzione all'ingrosso di prodotti accessori per *smartphone* e cellulari all'interno del più generale mercato della distribuzione all'ingrosso di prodotti IT ed elettronici. Inoltre, dalla documentazione acquisita emerge che il mercato in oggetto non appare presentare significative barriere all'entrata, in quanto i distributori che hanno già in essere contratti con i rivenditori al dettaglio, o sono già presenti su tale specifico mercato o sono in grado di adattare la loro gamma di prodotti in modo da competere con la Parte nella distribuzione di accessori per *smartphone* e cellulari.

14. I soggetti che compongono la filiera distributiva possono essere individuati come segue:

- i "*vendor*": produttori di tecnologie e/o prodotti di *Information Technology* che operano con un proprio marchio;
- i "distributori": operatori che forniscono servizi di logistica, stoccaggio, credito e marketing. A loro volta, i distributori possono essere distinti in:

i. distributori a "largo spettro", caratterizzati da ampiezza di gamma ed elevati volumi di fatturato;

ii. distributori "specializzati", che costituiscono il punto di riferimento per specifiche tecnologie e discipline, quali i sistemi intermedi, il networking, Internet e servizi di consulenza, formazione e assistenza;

- i "rivenditori": operatori eterogenei per dimensioni, strutture reddituali e organizzative, modelli di business e tipo di approccio all'utente finale. Questi ultimi possono ulteriormente essere distinti in:

i. i "Professional Reseller" ovvero sia i VAR ("Value Added Reseller"), Corporate Reseller, System Integrator, Dealer;

ii. i gli "*Specialized Reseller*", ovverosia i *Telco Specialist*;

iii. i *Photo Shop, Videogame Specialist, Furniture Specialist*;

iv. i "*Retailers & E-tailers*": GDO/GDS (Grande Distribuzione Organizzata/Specializzata), *Shop on-line*.

15. Dalle risposte degli operatori alle richieste di informazioni emerge, similmente a quanto rilevato nei precedenti comunitari, che eventuali ulteriori sotto-segmentazioni del mercato rilevante per canale di vendita non appaiono essere necessarie. Infatti, la presenza, in ciascun canale di vendita, di rivenditori di grandi dimensioni a livello *retail*, interessati a un'ampia gamma di prodotti tecnologici e in grado di ordinare quantità elevate degli stessi, appare idonea a garantire l'esistenza di un sufficiente grado di *countervailing buyer power*[7].

16. Nel mercato della vendita al dettaglio, collegato a valle con il mercato rilevante, sussistono potenziali segmentazioni verticali in categorie di prodotto: prodotti originali (Samsung ed Apple); prodotti compatibili (siano essi brandizzati come quelli di Cellularline, SBS o Puro, o *private label*). In ragione del fatto che le Parti non sono attive nella vendita al dettaglio o lo sono a livello *online* con fatturati trascurabili e che i principali concorrenti di Esprinet e Cellularline interpellati risultano essere distributori di una gamma di prodotti accessori per *smartphone* originali e compatibili, non è necessario traslare sul mercato della commercializzazione al dettaglio detta segmentazione.

17. Sulla base degli elementi che precedono, l'operazione in esame interessa il mercato della distribuzione all'ingrosso di prodotti accessori per *smartphone* e cellulari in ambito nazionale.

18. Ai fini della valutazione della presente operazione la definizione del mercato rilevante (sia dal punto di vista merceologico che geografico) può essere lasciata aperta, in quanto, anche nell'ipotesi più restrittiva, l'operazione non appare idonea ad alterare significativamente le condizioni di concorrenza esistenti.

Gli effetti dell'operazione

19. Nel mercato rilevante individuato secondo l'ipotesi più restrittiva, ossia sulla base delle sovrapposizioni effettive tra le Parti¸ come quello della distribuzione all'ingrosso di prodotti accessori per *smartphone* e cellulari a livello nazionale, sulla base di elaborazioni sui dati forniti dalle Parti, *[Omissis]* è il primo operatore con una quota di mercato stimata pari a circa il *[35-40]%,* la *target* Cellularline detiene una quota di mercato pari al *[20-25]%,* seguita da

---

(es. telefoni cellulari); (iii) distribuzione all'ingrosso di elettronica di consumo ("CE") (ad es. TV, Hi Fi, schermi, frigoriferi, lavastoviglie, lavatrici), (iv) distribuzione all'ingrosso di materiali di consumo per la stampa (ad es. cartucce di inchiostro, toner, ecc.).]

[5] *[Si tratta in particolare delle società:*
i. Autogrill Italia S.p.A., Sarni Store S.r.l. (e la affiliata Maglione S.r.l.), MyChef Ristorazione Commerciale S.p.A. (di seguito, rispettivamente "Autogrill", "Sarni", "Maglione" e "Mychef"), società operative nel settore della ristorazione autostradale, in quanto rappresentati qualificate del canale di vendita al dettaglio c.d. travel di prodotti accessori per telefonia mobile;
ii. Comet S.p.A., Daito Solutions S.r.l., Euronics Italia S.p.A., Med Computer S.r.l., MediaMarket S.p.A., Unieuro S.p.A. (di seguito, rispettivamente, "Comet", "Daito", "Euronics", "MedComputer", "MediaMarket", "Unieuro"), attive nel settore della vendita al dettaglio di prodotti IT ed elettronica, di cui i prodotti accessori per telefonia mobile fanno parte;
iii. Attiva S.p.A., Datamatic S.p.A., Ingram Micro S.r.l., Tech Data Italia S.r.l. (di seguito, rispettivamente "Attiva", "Datamatic", "Ingram" e "Techdata") società concorrenti di Esprinet nel mercato della vendita all'ingrosso di prodotti IT ed elettronica.]

[6] *[In merito, v. anche I833 - GARE CONSIP PER ACQUISIZIONE BENI E SERVIZI PER INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI, provv. n. 28292 dell'8 luglio 2020 in Boll. n. 30/2020.]*

[7] *[Al riguardo, tutti i prodotti accessori per smartphone sono tra loro sostituibili da un punto di vista funzionale, ma alcuni prodotti a marchio Apple risultano essere prodotti particolarmente richiesti dalla clientela, all'interno dell'assortimento di gamma.]*

[Omissis] con una quota di mercato pari al *[10-15]%* e dall'acquirente Esprinet, con il *[5-10]%*. Ulteriori operatori presenti sono *[Omissis],* con il *[5-10]%* e *[Omissis]* con il *[1-5]%.* Sono inoltre presenti altri operatori di mercato.

20. Ad esito della concentrazione, pertanto, Esprinet verrà a detenere una quota di mercato pari a circa il *[25-30]%.*

21. Detto mercato appare caratterizzato dalla presenza, in ciascun canale di vendita, di rivenditori di grandi dimensioni a livello *retail*, interessati a un'ampia gamma di prodotti tecnologici e in grado di ordinare quantità elevate degli stessi, il che garantisce l'esistenza di un notevole grado di *countervailing buyer power*.

22. Inoltre, il contesto competitivo del mercato si denota per la presenza di operatori specializzati in prodotti compatibili a marchio proprio (SBS, Puro, JBL, Belkin) che competono con i distributori di prodotti originali, di norma più costosi, nonché per l'assenza di significative barriere all'entrata.

23. L'insieme di tali condizioni appare idoneo ad escludere che, ad esito dell'operazione, possano prodursi effetti unilaterali di aumento di prezzo o di riduzione di quantità o qualità di rilievo e/o non transitori.

24. Parimenti, oltre alle caratteristiche del mercato già richiamate, l'assenza di simmetrie tra le quote di mercato delle società attive nel mercato rilevante appare essere condizione idonea a escludere la possibilità di effetti coordinati che conducano a incrementi di prezzo o di riduzione di quantità o qualità.

25. Infine, la presenza sul mercato di alternative alle Parti nelle fonti di approvvigionamento e l'assenza di rapporti di fornitura di lunga durata escludono eventuali effetti restrittivi di natura verticale o conglomerale derivanti dall'operazione.

26. Alla luce delle considerazioni che precedono, la concentrazione in esame non appare quindi 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 dello Sviluppo Economico.

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

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli