

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN C-0388/11 JPMC/LINPAC ALLIBERT

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 14 de septiembre de 2011 tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de JP MORGAN CHASE & CO. (JPMC), a través de LA HOLDING B.V., del control exclusivo del negocio de envases de tránsito retornables del Grupo Linpac.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por LA HOLDING B.V., según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en la letra a del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) El artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase, en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (4) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: “El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley”.
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 14 de octubre de 2011, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (6) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de JPMC del control exclusivo del negocio de envases de tránsito retornables (negocio RTP¹) del Grupo Linpac².
- (7) La operación se articula mediante un Contrato de Compraventa firmado el 14 de julio de 2011 por el que se traspasan determinados activos relativos al negocio RTP del

¹ *Returnable transit packaging*, por sus siglas en inglés, o envases de tránsito retornables.

² El Grupo Linpac consta de cuatro divisiones principales: (i) Linpac Packaging, produce envases de plástico para los sectores de comercio minorista, hostelería, fabricación, embalaje y alimentación; (ii) Linpac Ropak, fabrica y vende contenedores rígidos de plástico para diversos mercados, desde la alimentación de consumo, productos lácteos, pesca, a la construcción; (iii) Linpac Viscount, proporciona productos de modelado rotatorio, embalaje industrial y manipulación de materiales, entre otros, al comercio minorista y a la cadena de suministro de alimentos; (iv) Linpac Allibert o Negocio RTP de Linpac.

Grupo Linpac. Los activos adquiridos representan una actividad con presencia en el mercado a la que puede asignarse claramente un volumen de negocios³.

- (8) Gracias a la adquisición del negocio RTP de Linpac, JPMC explotará la complementariedad de los negocios RTP de SAS (controlada en última instancia por JPMC), proveedor en España para el sector agrícola, y de Linpac, proveedor en España de clientes industriales (automoción).
- (9) En consecuencia, la operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (10) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (11) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1a) de la misma.
- (12) Finalmente, la ejecución de la operación queda supeditada a la obtención de la autorización de las autoridades de competencia en España, Alemania, Irlanda, Reino Unido, Austria y Brasil. La operación ya ha sido autorizada en Austria, Irlanda y Brasil, y el procedimiento está aún en curso en el Reino Unido y Alemania.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. JP MORGAN CHASE & CO (JPMC)

- (13) JPMC es una empresa global de servicios financieros (lo que incluye banca de inversión, banca de pymes y comercial, procesamiento de transacciones financieras y servicios financieros para consumidores).
- (14) La entidad adquirente es la empresa de nueva constitución LA Holding B.V., controlada por RTP Holdings B.V., dirigida por REMA Investments Coöperatief U.A. ("Rema Coop"), controlada por One Equity Partners ("OEP") y en última instancia por JPMC. Rema Coop también posee el 60% de las acciones de Rema Investments B.V., que controla Schoeller Arca Systems Holding B.V. ("SAS"), dedicada al negocio RTP. Tras la operación, la división española Linpac Allibert S.A. quedará controlada por OEP.
- (15) La facturación de JPMC en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

³ Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia realizada de conformidad con el Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas 2008/C95/01 (§24).

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE JPMC (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>5.000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

IV.2. NEGOCIO ADQUIRIDO (“Negocio RTP Linpac”)

- (16) El Negocio RTP de Linpac es parte del Grupo Linpac y surgió de la compra en 2007 de la sociedad francesa Allibert Buckhorn por Linpac Materials Handling, que forma parte del Grupo Linpac británico. La división Linpac Allibert, que produce y comercializa productos RTP, constituye el Negocio Adquirido⁴.
- (17) El Grupo Linpac consta de cuatro divisiones principales: (i) Linpac Packaging, produce envases de plástico para los sectores de comercio minorista, hostelería, fabricación, embalaje y alimentación; (ii) Linpac Ropak, fabrica y vende contenedores rígidos de plástico para diversos mercados, desde la alimentación de consumo, productos lácteos, pesca, a la construcción; (iii) Linpac Viscount, proporciona productos de modelado rotatorio, embalaje industrial y manipulación de materiales, entre otros, al comercio minorista y a la cadena de suministro de alimentos; (iv) Linpac Allibert, división que constituye el negocio objeto de la presente operación, dedicado a los envases de tránsito retornables.
- (18) La facturación de los activos adquiridos en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LOS ACTIVOS ADQUIRIDOS (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<5.000]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

V. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (19) Las partes han acordado una serie de restricciones de competencia adicionales al objeto de la concentración y que consideran necesarias para la misma. Éstas consisten en una cláusula de no competencia, una obligación de confidencialidad, un acuerdo de no contratación y un acuerdo de no captación en relación con clientes y proveedores.
- (20) La cláusula de no competencia (16.1) compromete a los vendedores a no llevar a cabo la fabricación, comercialización, personalización, mantenimiento o soporte de envases

⁴ Las sociedades y los activos del Negocio Adquirido son: (i) la sociedad sueca Linpac Materials Handling Scandinavia AB, cuyo accionista único es Linpac Allibert Ltd; (ii) la sociedad británica Logtek Ltd., cuyo accionista principal es Linpac Moulding Ltd., (iii) la sociedad española Linpac Allibert, S.A., cuyo accionista único es Linpac Iberoamericana, S.L.; (iv) la sociedad alemana Linpac Allibert GmbH, que está controlada por Linpac Grundstücksgesellschaft mbH & Co. KG, y (v) la sociedad francesa Linpac Allibert SAS, cuyo accionista único es Picnal France SAS; y sus participadas (vi) la sociedad belga Linpac Allibert Benelux sprl, (vii) la sociedad italiana Linpac Allibert, SPA.

de tránsito retornables que actualmente lleva a cabo el Negocio Adquirido, en los territorios en los que está presente éste último, y por un período de [<3] años. Dado que se transmite clientela y know-how la duración de [<2] años se considera conforme a la Comunicación de la Comisión sobre Restricciones Accesorias⁵. Por otra parte, han acordado firmar asimismo una cláusula de confidencialidad (16.8) por la cual cada Vendedor procurará abstenerse, así como sus filiales, directivos y empleados, de hacer uso o revelar a terceros cualquier información confidencial relacionada con el Negocio Adquirido. Al tener dicha cláusula una duración [>3], en lo que supere tres años podría ir más allá de lo necesario, por lo que quedaría sujeta a la normativa general de acuerdos entre empresas.

- (21) Las dos cláusulas que siguen se considera que están justificadas para dar viabilidad al negocio adquirido, y el ámbito geográfico y temporal a los que se aplican son razonables, de forma que pueden considerarse como restricciones accesorias y necesarias para la operación. Concretamente, la cláusula de no contratación (16.2.1.) compromete a los vendedores a abstenerse durante [<3] años de contratar a alguno de los Altos Directivos, excepto en el caso de que la persona en cuestión responda a un anuncio público general realizado en el tráfico mercantil ordinario.
- (22) Finalmente, la cláusula de no captación relativa a clientes (16.2.2) y a proveedores (16.2.3) impone la obligación a los vendedores de abstenerse por [<3] años de captar a cualquier cliente/proveedor habitual del Negocio Adquirido en cualquier momento dentro de los 12 meses anteriores al cierre de la operación.

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1 Mercados de producto

- (23) La operación afecta al sector de fabricación de productos plásticos (Código NACE C22.02), en particular la fabricación de envases de plástico para el transporte de mercancías.
- (24) Estos productos consisten principalmente en contenedores y palés que se utilizan para el transporte y almacenamiento de productos en los sectores de fabricación, distribución y venta al por menor, así como cajones de bebidas utilizados en el sector de alimentación y bebidas para transportar envases para líquidos.
- (25) Los productos (estándar o adaptados al cliente) son a menudo diseñados para ser utilizados en un sistema de agrupación o *pooling*, que recoge los envases para su reutilización por la empresa distribuidora o fabricante.
- (26) Si bien en alguna ocasión se consideró que la sustituibilidad entre los distintos materiales utilizados en la fabricación de RTP es limitada⁶, la notificante considera que existe presión competitiva entre el plástico y otros elementos (madera, acero), aunque proporciona cuotas de mercado en la definición más estrecha posible.
- (27) En particular, el RTP de plástico se produce generalmente mediante moldeo por inyección, utilizando plásticos de baja viscosidad y alta tasa de flujo de fusión. Muchos

⁵ Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03).

⁶ Decisión de la Comisión Europea en el caso M.1813 *Industri Kaptial/Nordkem/Dyno*.

polímeros reúnen estas características, incluyendo el polietileno y polipropileno de alta densidad, siendo éste último el más utilizado habitualmente en función del uso final del envase.

- (28) El precedente nacional⁷ identificó dentro del sector los mercados de: (i) RTP; (ii) tanques de almacenamiento; (iii) contenedores intermedios de transporte a granel. Por lo que respecta a RTP, distinguió varios segmentos, tales como contenedores apilables, contenedores apilables-encajables (profundos y con tapa incorporada), contenedores plegables (incluyendo la subcategoría de grandes), contenedores rígidos grandes, bandejas de panadería, palés, carretillas y contenedores rodantes, y otros RTP; aunque la definición exacta del mercado se dejó abierta.
- (29) La Comisión Europea⁸ estudió el mercado de los sistemas de manipulación de envases de plástico, que estaría formado por contenedores (apilables-encajables y apilables) y palés, utilizados en el sector de fabricación, distribución y comercio minorista, y contenedores, bandejas y cajones de bebidas en el de alimentación.
- (30) La autoridad británica de la competencia⁹ distinguió cinco tipos específicos de RTP: contenedores apilables-encajables (profundos y con tapa incorporada), bandejas de panadería y contenedores apilables.
- (31) La notificante considera que puede dejarse abierta la definición del mercado de producto a efectos de la presente operación, distinguiendo:

1. RTP, que incluyen diferentes productos:

- *Contenedores grandes plegables*: utilizados en largas distancias y un gran número de viajes de regreso, para el transporte a granel en sectores industriales pesados (automoción) y agrícolas. Sus paredes laterales rectas y plegables reducen al mínimo el espacio necesario para almacenarlos vacíos. Una vez montados, se pueden apilar en la parte superior de los contenedores apilables-encajables y algunos tienen abrazaderas de plástico para ser apilados.

- *Contenedores pequeños plegables*: almacenan una gran cantidad de pequeños componentes, en los sectores de frutas y hortalizas, CD/DVD o piezas de repuesto en el sector de la automoción.

- *Palés*: grandes bandejas que pueden llevar cargas pesadas. La notificante considera que los palés de madera y cartón son mucho más baratos que los de plástico, pero a pesar de esta competencia, se proporciona la definición de mercado más estrecha posible.

- *Cajones de bebidas*: diseñados para el transporte de botellas (cerveza, refrescos y otras bebidas). Los clientes formulan pedidos de grandes volúmenes cada 8-10 años, y el comprador se rige por el menor precio en las licitaciones públicas.

- *Gama estándar*¹⁰: es el estándar industrial para los pequeños contenedores RTP de plástico. Abarcan varios tipos de productos:

⁷ Informe del SDC en el expediente N-06121 LINPAC MATERIALS/ALLIBERT BUCKHORN.

⁸ Decisión de la Comisión Europea en el caso M.1813 *Industri Kaptial/Nordkem/Dyno*.

⁹ Competition Commission, OFT, Reino Unido, 2002 *Linpac/Paxton*.

-*contenedores apilables-encajables*: son apilables verticalmente, encajan unos dentro de otros para el transporte de retorno o el almacenamiento de largas distancias en una amplia variedad de industrias (alimentación, farmacéutica, automotriz, electrónica).

-*contenedores con tapa incorporada o encajables*: cuando se encajan para su retorno ocupan hasta un 80% menos de espacio. Tienen una función de seguridad al tener una tapa con bisagra integrada que no se puede separar del contenedor. Se han desarrollado especialmente para la industria de la automoción, aunque también se usan en distribución minorista, alimentación y ropa.

-*grandes contenedores rígidos*: para aplicaciones de distribución de carga pesada y/o agrícola. No se pliegan, tienen buena utilización del volumen y son estables durante el transporte y almacenamiento a largo plazo.

-*carretillas y contenedores rodantes*: para el transporte manual de mercancías o envases apilables/encajables, en el sector del comercio minorista y cárnico.

-*bandejas de almacenamiento y cubos modulares (contenedores de almacenamiento de piezas pequeñas)* integran todo tipo de material de almacenamiento (paneles, rieles, estantes, armarios organizadores, etc).

2. Tanques de almacenamiento: contenedores que manejan grandes volúmenes de productos líquidos, utilizados para transportar productos químicos, donde la cuota de Linpac es inferior al 10% en España y SAS no está presente en España, por lo que no se tendrá en cuenta este mercado.

3. Contenedores intermedios para granel (IBC¹¹): grandes contenedores empleados para el transporte de productos químicos. Los que produce SAS son grandes contenedores plegables, con bolsas de transporte marítimo flexibles, aunque la mayor parte son los *blownmoulded large plastic bubble*, que tienen un encaje rígido de metal.

- (32) Tanto la adquirente como la adquirida están activas en este sector si bien no hay solapamiento entre las partes en determinados segmentos: (i) en los mercados de tanques de almacenamiento, planchas de suelo y palés de retención en España, en los que solo está presente el negocio RTP de Linpac y (ii) en el mercado de alquiler/agrupación en España, donde opera únicamente Rentabox, participada por SAS.
- (33) Las partes sólo alcanzan una cuota de mercado combinada superior al 30% en 2010 en España en el mercado de grandes contenedores rígidos. No obstante, debe señalarse que en el de contenedores plegables pequeños la cuota de mercado de las partes del [0-10]% en España no contabiliza la parte correspondiente [...]¹². Si se asignase a España la parte correspondiente de [...], la cuota conjunta sería del [30-40]% (adición del [0-10]%).
- (34) A efectos del presente expediente, teniendo en cuenta que con independencia de la definición adoptada la operación no es susceptible de afectar significativamente a la

10 La notificante considera que la sustituibilidad por el lado de la demanda es relativamente limitada, si bien por la oferta es relevante, teniendo en cuenta que los productores podrían pasar sin costes o tiempo significativos a producirlos. Esto quedó recogido en la Decisión de la autoridad británica de competencia, Competition Commission, Reino Unido, 2002 Linpac/Paxton. En todo caso, proporcionan cuotas de mercado con la definición de mercado más estrecha posible.

11 Intermediate Bulk Containers, por sus siglas en inglés.

12 Se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

competencia, se analizarán los mercados RTP, contenedores grandes plegables, palés, contenedores apilables-encajables, grandes contenedores rígidos, y contenedores de almacenamiento de piezas pequeñas.

V.2 Mercados geográficos

- (35) La Comisión¹³ señala que los contenedores de plástico vacíos son un producto de bajo peso pero gran volumen, lo que limita el radio dentro del cual es rentable su suministro, aunque por otra parte los costes de transporte pueden ser compensados mediante economías de escala, por lo que los mercados geográficos son al menos regionales. En particular estudió el área nórdica (Finlandia, Suecia, Noruega y Dinamarca), al estar las empresas afectadas por la operación radicadas en los citados países.
- (36) El precedente nacional¹⁴ dejó abierta la delimitación de mercado geográfico. Por su parte, las autoridades británicas de competencia¹⁵ consideraron que los mercados de contenedores apilables-encajables (y la subcategoría con tapa) y los apilables puede llegar a ser europea, dada la competencia de los productores europeos en el mercado, mientras que la dimensión sería nacional para los contenedores apilables-encajables profundos y las bandejas de panadería, dado que en aquel momento esos productos se utilizaban sólo en Reino Unido.
- (37) La notificante considera que los mercados de productos relevantes tendrían una dimensión comunitaria, en especial en los productos más caros o personalizados (grandes contenedores plegables, IBC, cajones de bebidas y palés, que se proveen de un Estado miembro a otro, o los que permiten un transporte más compacto) si bien deja abierta la definición al no suponer riesgo para la competencia.
- (38) Dado que la operación de concentración no altera significativamente las condiciones de competencia, la definición de mercado geográfico puede dejarse abierta a estos efectos, analizándose tanto los efectos de la operación en el mercado nacional como en el mercado europeo.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Estructura de la oferta

- (39) La producción de productos de plástico se desarrolla en dos fases: la primera conlleva inversión en I+D para el diseño del producto, y la segunda implica la fabricación del producto en máquinas de moldeo por inyección, que pueden ser propiedad del proveedor de productos de plástico (es decir, integrada verticalmente con el diseñador) o no, en cuyo caso se externaliza la producción.
- (40) Hay aproximadamente 1.000 empresas de moldeo por inyección en Europa, la mayoría de las cuales no fabrican productos de diseño propio sino bajo pedido de las empresas de diseño, y por tanto con capacidad de elaborar una amplia gama de productos en función del moldeo elaborado por la empresa de diseño. Si bien los nuevos diseños suelen estar protegidos por derechos de propiedad intelectual, la notificante señala que no supone una barrera de entrada al no impedir que los competidores del titular de la

13 Decisión de la Comisión Europea en el caso M.1813 Industri Kaptial/Nordkem/Dyno.

14 Informe del SDC en el expediente N-06121 LINPAC MATERIALS/ALLIBERT BUCKHORN.

15 Operación de concentración *Linpac/Paxton*, Competition Commission Reino Unido 2002.

licencia diseñen y fabriquen productos de embalaje ligeramente diferentes. Además, el exceso de capacidad de la industria de moldeo por inyección en Europa llevaría a terceros a ofrecer sus máquinas de moldeo [...].

- (41) Las principales empresas de inyección en España son: Grupo Plastimol, SP Berner, Congost, Ribawood, Trilla, Jcoplastic, OAK, Ponienteplast, Contenur y Werit.
- (42) Según la notificante, las cuotas en los mercados nacionales donde las partes tiene una cuota conjunta superior al [10-20]% son las siguientes:

(i) Mercado de RTP

MERCADO EUROPEO DE RTP	
	2010
Operador	Cuota
SAS	[0-10]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[10-20]
PLASTIC OMNIUM	[0-10]
OTTO	[0-10]
UTZ	[0-10]
OTROS	[70-80]
TOTAL	100%

MERCADO NACIONAL RTP	
	2010
Operador	Cuota
SAS	[0-10]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[10-20]
PLASTIMOL	[10-20]
TRILLA	[0-10]
CONGOST	[0-10]
OTROS	[60-70]
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

(ii) Mercado de contenedores grandes plegables

MERCADO EUROPEO DE CONTENEDORES GRANDES PLEGABLES	
	2010
Operador	Cuota
SAS	[10-20]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[10-20]
ESSE/OTTO	[0-10]
OTROS	[80-90]
TOTAL	100%

MERCADO NACIONAL DE CONTENEDORES GRANDES PLEGABLES	
	2010
Operador	Cuota
SAS	[10-20]
LINPAC	[10-20]
SAS + LINPAC	[20-30]
TARPAK	[10-20]
OTROS	[50-60]
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

(i) Mercado de palés

MERCADO EUROPEO DE PALÉS	
2010	
Operador	Cuota
SAS	[0-10]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[0-10]
CONGOST	[0-10]
OTROS	[90-100]
TOTAL	100%

MERCADO NACIONAL DE PALÉS	
2010	
Operador	Cuota
SAS	[0-10]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[10-20]
CONGOST	[0-10]
OTROS	[80-90]
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

(ii) Mercado de contenedores apilables-encajables

MERCADO EUROPEO DE CONTENEDORES APILABLES-ENCAJABLES	
2010	
Operador	Cuota
SAS	[0-10]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[10-20]
TOTAL	100%

MERCADO NACIONAL DE CONTENEDORES APILABLES-ENCAJABLES	
2010	
Operador	Cuota
SAS	[0-10]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[10-20]
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

(iii) Mercado de grandes contenedores rígidos

MERCADO EUROPEO DE GRANDES CONTENEDORES RÍGIDOS	
2010	
Operador	Cuota
SAS	[10-20]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[20-30]
TOTAL	100%

MERCADO NACIONAL DE GRANDES CONTENEDORES RÍGIDOS	
2010	
Operador	Cuota
SAS	[30-40]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[30-40]
JCoplastic	[15-20]%
Contenur	[15-20]%
Plastidom	[15-20]%
OAK	[5-10]%
Cappplast	[5-10]%
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

(iv) Mercado de contenedores de almacenamiento de piezas pequeñas

MERCADO EUROPEO DE CONTENEDORES DE ALMACENAMIENTO DE PIEZAS PEQUEÑAS	
	2010
Operador	Cuota
SAS	[0-10]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[0-10]
TOTAL	100%

MERCADO NACIONAL DE CONTENEDORES DE ALMACENAMIENTO DE PIEZAS PEQUEÑAS	
	2010
Operador	Cuota
SAS	[10-20]
LINPAC	[0-10]
SAS + LINPAC	[10-20]
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

VI.2. Estructura de la demanda

- (43) Los RTP son utilizados por las empresas de sectores económicos muy diversos para reducir costes en su cadena de suministro. Los principales sectores de actividad que utilizan RTP en Europa son: los minoristas (principalmente supermercados) para su distribución primaria y secundaria, las panaderas, la industria pesquera (para el transporte desde la nave hasta el mayorista o minorista), las industrias manufactureras tales como la industria de automoción (para suministrar componentes y distribuir piezas a los distribuidores), las empresas agrícolas, las destilerías y los productores de aperitivos y bebidas (para abastecer a los establecimientos comerciales).
- (44) Los clientes son a menudo grandes empresas que se aprovisionan de sus productos de embalaje a menudo a través de proceso de licitación formalmente organizados. A continuación se describe la estructura de la demanda en función del tipo de cliente:

(i) Las empresas de agrupación de productos de embalaje reutilizables prestan servicios de valor añadido a sus clientes (envíos, seguimiento, localización por internet, gestión de datos, recuperación, reparación, limpieza, clasificación, financiación, etc), lo que les exige mantener una infraestructura de red con puntos de servicio en múltiples ubicaciones, y tener acceso a una flota de transporte.[...]

Las principales empresas de agrupación operan a nivel internacional y disfrutan de un poder de negociación importante [...].

En 2010 SAS ha entrado en el mercado de la agrupación a través de su sociedad del grupo SCS¹⁶, Rentabox, con una cuota inferior al [0-10]%, que se dedica sólo al alquiler de contenedores (puesta a disposición del contenedor durante un cierto período de tiempo y devolución por el cliente tras su uso), sin prestar ningún servicio logístico de valor añadido a sus clientes, al contrario de lo que hacen las empresas de pooling.

(ii) En el sector de las bebidas los principales clientes son las grandes multinacionales en el sector de la cerveza y los refrescos, cuyo poder de negociación se ve reforzado

¹⁶ Smart Carriers Services, centrada en segmentos que tradicionalmente no son atendidos por las otras empresas de agrupación que son clientes de SAS, y que no tiene actualmente actividad alguna en España, si bien es un potencial nuevo entrante.

por el hecho de aprovisionarse a través de subastas electrónicas, por tener contratos de suministro con varios fabricantes [...].

(iii) Los supermercados y los operadores en el sector minorista constituyen otra categoría de clientes relevantes, tanto de SAS [...] como de Linpac, que suministra tradicionalmente a estos clientes en Reino Unido cajas apilables/encajables con brazo retráctil [...].

(iv) En la industria de la automoción el embalaje tiene que cumplir estándares desarrollados por organizaciones independientes de la industria.

- (45) Por tanto, el tamaño de las empresas que son los principales clientes de las partes y las prácticas de licitación que se aplican en relación con los mercados relevantes hace que la demanda tenga un poder de negociación considerable, por lo que la operación no daría lugar problemas de competencia según la notificante.
- (46) Los principales proveedores de las partes son productores de gránulos de plástico, de herramientas (como los moldes) y de máquinas de moldeo. Estas últimas son utilizadas por los fabricantes de la gama estándar de productos RTP, lo que les permite producir una amplia gama de productos en base al molde recibido. La presencia de numerosas empresas manufactureras lleva a la parte notificante a no esperar efectos de exclusión en los mercados aguas arriba.

VI.3. Canales de distribución, precios y barreras a la entrada

- (47) En la distribución es frecuente que las empresas utilicen sus agentes de ventas, como de hecho ocurre con Linpac [...]. Por el contrario, SAS [...].
- (48) La competencia en precios es notable dado el alto poder negociador de clientes de grandes contratos, y los precios varían en función del tamaño, características, volumen de pedidos y otras variables, como gastos de transporte. Su evolución nominal ha sido creciente como consecuencia del alza en el coste de las materias primas, si bien en términos reales han permanecido estables.
- (49) La estructura de costes viene determinada fundamentalmente por la adquisición de materias primas y otros costes de producción, si bien la estrategia de SAS se basa en la innovación, llevando a cabo un importante esfuerzo en I+D, y Linpac como productor genérico se ve afectado en mayor medida por la competencia en precios. Ésta última prima en los productos de la gama estándar, con independencia del productor. Otro factor competitivo serían los materiales alternativos al plástico de los envases (acero, cartón, madera) y en los que SAS concentra su esfuerzo¹⁷, suelen ser más baratos que los envases RTP de plástico. En particular, los productos de gama estándar están sujetos a la presión competitiva de las cajas de cartón o las soluciones de cartón-plástico.
- (50) Al contrario de lo que reconoció el SDC, la notificante considera que no existen barreras de entrada relevantes en los mercados analizados ya que:
- (i) no hay restricciones al acceso a materias primas o tecnología, cualquier nuevo entrante puede externalizar la fabricación a una empresa independiente de moldeo de inyección sin que sea necesario invertir en maquinaria propia;

¹⁷ Por ejemplo, [...].

(ii) la industria muestra un exceso de capacidad, como demuestra el hecho de que los operadores reciben periódicamente contactos de terceros que ofrecen sus servicios;

(iii) los costes de transporte no son un impedimento para los fabricantes establecidos en otros países dentro o incluso fuera de Europa, especialmente para productos pequeños, encajables y plegables;

(iv) no existen barreras de naturaleza jurídica que dificulten el acceso para la venta de cualquiera de los productos relevantes en España ni para la importación de este tipo de mercancías de plástico;

(v) aunque los derechos de propiedad intelectual desempeñan un papel importante en los mercados relevantes para las empresas que invierten fuertemente en I+D (como SAS), no pueden considerarse una barrera ya que hay muchas empresas que compiten en los mercados relevantes sin tener una amplia cartera de derechos de propiedad intelectual;

(vii) pese a existir empresas con diferentes niveles de integración vertical (como SAS, que lleva a cabo el diseño, la producción y presta servicios de seguimiento internamente, descendentes, como el arrendamiento financiero, los análisis logísticos, la agrupación y el seguimiento y rastreo) hay competencia en cada nivel, al obligar las empresas fabricantes al proveedor a conceder licencias exentas de cánones a otros fabricantes, ejerciendo así una presión competitiva.

A pesar de ello, sí existiría un coste adicional para los nuevos productores en el acceso a los agentes de ventas locales, así como los costes de mercadotecnia.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (51) La adquisición del negocio de envases de tránsito retornables del Grupo Linpac (Negocio RTP Linpac) por JPMC afecta al sector de fabricación de productos plásticos (Código NACE C.22.02), en particular al sector de fabricación de sistemas de embalaje de plástico para transporte. Con esta operación JPMC busca explotar la complementariedad de los negocios RTP de SAS (controlada por JPMC), proveedor en España para el sector agrícola, y de Linpac, proveedor en España de clientes industriales (automoción).
- (52) Como resultado de la concentración se producen solapamientos en los mercados de (i) RTP (y los mercados más estrechos dentro de éste) y de (ii) contenedores intermedios para granel.
- (53) Concretamente, en el mercado de grandes contenedores rígidos en España, la cuota resultante es del [30-40]% (adición del [0-10]%) en 2010, si bien existen otros tres competidores relevantes como JCoplastic, Contenur y Plastidom, con cuotas del [15-20%]. En el resto de los mercados RTP y contenedores intermedios para granel en los que operan las partes la cuota conjunta europea se mantiene por debajo del [30-40]% (con adiciones inferiores al [0-10]%) y la nacional por debajo del [10-20]% (con adiciones que no superan el [0-10]%), donde existen otros competidores relevantes como Plastimol, Trilla, Ponienteplast, Congost, Tarpak, SP Berner, Schutz y Werit IBC.

- (54) La notificante señala que no existen barreras de entrada significativas, ya que no hay restricciones al acceso a materias primas o tecnología; la industria muestra un exceso de capacidad; los costes de transporte no son elevados especialmente en productos encajables-plegables; señala asimismo la notificante que no existen barreras de naturaleza jurídica que dificulten el acceso a la venta; Por último, señala que pese a existir empresas con diferentes niveles de integración vertical hay competencia en cada nivel y que a pesar de que los derechos de propiedad intelectual son importantes para las empresas que invierten en I+D en el diseño de los bienes, hay muchas empresas que compiten en los mercados sin tener una amplia cartera de estos productos. Estos argumentos vendrían matizados, no obstante, por el hecho de que existe un coste adicional para los nuevos productores en el acceso a los agentes de ventas locales, y por los costes de mercadotecnia, según la notificante.
- (55) En cualquier caso, debe tenerse en cuenta que la mayor parte de las múltiples empresas de moldeo por inyección en Europa no fabrica productos de diseño propio sino bajo pedido de las empresas de diseño. Los derechos de propiedad intelectual que protegen a los nuevos diseños no impiden, sin embargo, que los competidores del titular de la licencia diseñen y fabriquen productos ligeramente diferentes. Asimismo, el exceso de capacidad de la industria llevaría a terceros a ofrecer sus máquinas de moldeo, lo que hace que algunas empresas de diseño externalicen su producción.
- (56) Por otra parte, las características de estos productos favorecen la competencia, como indica la notificante, al tratarse de productos commodity (una vez diseñado el molde a partir del cual se fabrican) en los que el precio es el principal factor competitivo.
- (57) Por último, existe un elevado poder negociador de la demanda ya que los clientes son a menudo grandes empresas que operan a escala global con un elevado poder compensatorio, y se aprovisionan de sus productos de embalaje mediante licitaciones en las que el precio es el factor relevante en la adjudicación.
- (58) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en el mercado analizado, por lo que es susceptible de ser aprobada en primera fase sin compromisos.

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.