



**RESOLUCIÓN** (Expte. C-0166/09, GALLETAS SIRO/SARA LEE)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente  
D. Fernando Torremocha García-Sáenz, Vicepresidente  
D. Emilio Conde Fernández-Oliva, Consejero  
D. Miguel Cuerdo Mir, Consejero  
D<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez, Consejera  
D. Julio Costas Comesaña, Consejero  
D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Jesús González López, Consejera  
D<sup>a</sup> Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 29 de julio de 2009.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la concentración económica consistente en la adquisición por parte de GALLETAS SIRO S.A. de ciertos activos de producción de pan de molde y bollería actualmente propiedad de BIMBO S.A., Sara Lee Bakery Iberian Investments S.L y Catdes S.A. todos ellos pertenecientes al Grupo SARA LEE. (Expte. C/0166/09), y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C/0166/09 GALLETAS SIRO/ SARA LEE (Activos)**

---

### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 16 de julio de 2009 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación de la adquisición por parte de GALLETAS SIRO, S.A. (en adelante SIRO) de ciertos activos de producción de pan de molde y bollería actualmente propiedad de BIMBO, S.A. (en adelante BIMBO), Sara Lee Bakery Iberian Investments, S.L., y Catdes, S.A, todos ellos pertenecientes al Grupo SARA LEE.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por SIRO 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 el artículo 8.1.a) y b). 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) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **17 de agosto de 2009**, inclusive. Transcurrido el plazo para resolver en primera fase, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (6) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de GALLETAS SIRO, S.A. (en adelante SIRO) de ciertos activos de producción de pan de molde y bollería actualmente propiedad de BIMBO, S.A. (en adelante BIMBO), Sara Lee Bakery Iberian Investments, S.L., y Catdes, S.A, todos ellos pertenecientes al Grupo SARA LEE.
- (7) La operación se establece mediante un Contrato de Compraventa [...] <sup>1</sup> sujeto a una condición suspensiva relativa a la aprobación de la operación por parte de la autoridad española de competencia.
- (8) Esta operación se enmarca dentro del plan de reestructuración de las diversas líneas de negocio del Grupo SARA LEE en España. A estos efectos, con fecha

---

<sup>1</sup> Se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

[...], BIMBO y SIRO alcanzaron un acuerdo de fabricación y suministro [...]. En dicho acuerdo se establece además que SIRO fabricará y suministrará a BIMBO productos terminados conforme a las especificaciones que BIMBO le transmita. Este acuerdo tiene una duración inicial de [no superior a 3 años] (prorrogable salvo indicación de cualquiera de las partes de su deseo de poner fin al acuerdo con un preaviso de [...]).

- (9) El Acuerdo tiene por objeto, por tanto, la externalización por parte de BIMBO de parte de su producción de pan de molde y bollería a favor de SIRO. Este acuerdo se complementa asimismo con un [...].
- (10) Por norma general las operaciones de externalización en puridad no constituyen concentraciones económicas. Sin embargo, la Comisión considera<sup>2</sup> que sólo existe concentración si el negocio transmitido constituye en sí mismo una empresa, es decir, un negocio con acceso al mercado. Los activos transmitidos deben incluir instalaciones de producción, know-how y todos los medios necesarios para desarrollar una presencia comercial en un corto plazo de tiempo (tales como contratos o marcas).
- (11) En la presente operación, además, el Acuerdo no confiere la exclusividad de fabricación y suministro de pan de molde y bollería a favor de ninguna de las partes, por lo que [...]
- (12) En consecuencia, la operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) LDC.

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

- (13) 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.
- (14) 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) y b) de la misma.

### **IV. EMPRESAS PARTICIPES**

#### **IV.1. GALLETAS SIRO, S.A. ("SIRO ")**

- (15) SIRO es una sociedad activa en el sector de la alimentación, cabecera del Grupo Siro, propiedad de una familia. El negocio del Grupo Siro se divide en seis grandes líneas: galletas, aperitivos, pasta, bollería, pan de molde y pastelería.
- (16) La práctica totalidad de la producción del Grupo Siro de pan de molde y bollería se destina en la actualidad a [...] para su comercialización bajo [...] marca blanca. La facturación del Grupo Siro en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

---

<sup>2</sup> 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 (§24); Resolución del Consejo de la CNC de 7 de febrero de 2008 en el asunto C-0043-08 FUERTES/CARREFOUR.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL GRUPO SIRO (millones de euros)		
MUNDIAL	UE <sup>3</sup>	ESPAÑA
264	[>240]	[>60]

Fuente: Notificación

## IV.2. Activos adquiridos

- (17) La operación supone la adquisición por SIRO de tres fábricas actualmente propiedad del grupo SARA LEE, un gran grupo multinacional dedicado a la fabricación, distribución y venta de productos alimenticios, bebidas, artículos de ropa y productos del hogar.
- (18) En el año 2001, el grupo SARA LEE adquirió la compañía BIMBO<sup>4</sup>, empresa líder en la fabricación y venta de pan de molde y bollería en España bajo marcas tan consolidadas como “Bimbo”, “Silueta” y “Semilla de Oro” en pan de molde y “Martínez” y “Ortiz” en bollería. BIMBO cuenta en la actualidad con 10 centros de producción en la Península Ibérica, y uno en Canarias (la Fábrica de Catdes).
- (19) Las fábricas objeto de adquisición son:
- (i) la fábrica propiedad de BIMBO situada en Antequera (Málaga), dedicada a la producción de pan de molde, incluido pan para hamburguesas y perritos calientes.
  - (ii) la fábrica propiedad de Sara Lee Bakery Iberian Investments, S.L., situada en Briviesca (Burgos), dedicada exclusivamente a la fabricación de bollería, y
  - (iii) la fábrica propiedad de Caltdes, S.A. (una sociedad del grupo Sara Lee), situada en Agüimes, Gran Canaria, dedicada a la fabricación de pan de molde, incluido pan para hamburguesas y perritos calientes, principalmente para su comercialización en las Islas Canarias.
- (20) 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
[<2.500]	[<240]	[>60]

Fuente: Notificación

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1 Mercados de producto

- (21) La operación afecta al sector de la fabricación de pan, productos a base de pasta fresca y pastelería (Código NACE C.10.7.1). Los activos adquiridos en la

<sup>3</sup> Incluida Suiza.

<sup>4</sup> Decisión de la Comisión de 6 de agosto de 2001, en el asunto M.2531 SARA LEE/EARTHGRAINS

operación están destinados únicamente a la fabricación de pan de molde y bollería. La Comisión Europea, en casos anteriores<sup>5</sup>, ha identificado los siguientes tres mercados separados dentro del sector:

- a) el mercado de la fabricación de pan, pudiendo distinguirse, además, dos segmentos: el pan fresco y el pan envasado, entendido como pan de molde o similares (distinto del pan pre-horneado o congelado);
  - b) el mercado de los sucedáneos o sustitutivos del pan (pan tostado, crackers, picos, rosquillas etc...); y
  - c) el mercado de la pastelería en general, pudiendo distinguirse el segmento de la pastelería (tartas, mini tartas, pasteles, etc.), por un lado, y el segmento de la bollería, por otro lado. La bollería incluiría todos aquellos productos que normalmente se toman en el desayuno o merienda (magdalenas, brioques, croissants, sobaos, etc...), pudiendo igualmente diferenciarse entre la bollería fresca y la bollería industrial, que dispone de un mayor plazo de conservación.
- (22) En consecuencia, los productos afectados por esta operación son el pan envasado (pan de molde y similares), por una parte, y la bollería industrial, por otra.
- (23) Las actividades de SIRO en este sector se limitan básicamente a la fabricación de pan de molde y su entrega a distribuidores para su venta bajo marca blanca y a la fabricación de bollería industrial para su venta por distribuidores con marca blanca y, de manera poco significativa, para su comercialización bajo sus marcas propias “Castello” y “Casado”. Por tanto, SIRO no estaría presente en la actividad de comercialización propiamente dicha de estos dos productos (pan de molde y bollería industrial) sino únicamente en la actividad de fabricación para su venta a la distribución comercial, ya sea bajo marca blanca o, marginalmente, bajo marca propia.
- (24) En relación con los productos de gran consumo, las autoridades de competencia<sup>6</sup> han distinguido en algunas ocasiones segmentos diferentes para los productos de marca propia o del fabricante y los productos de marca blanca o del distribuidor debido a que desde la perspectiva del distribuidor los productos de marca blanca no son sustituibles por los de marca propia. Aunque los distribuidores sean los principales compradores de ambos tipos de productos, existen diferencias sustanciales en el uso que se pretende hacer de ellos y en su forma de aprovisionamiento.
- (25) Sin perjuicio de que la marca blanca y la marca propia de los productos afectados puedan considerarse parte de un mismo mercado y dado que la definición exacta no altera las conclusiones del análisis de competencia de la presente operación, se analizarán ambos segmentos.

---

<sup>5</sup> Decisiones de la Comisión Europea de 18 de septiembre de 2008 en el asunto COMP/M. 5286 LION CAPITAL/FOODVEST y de 25 de junio de 2002 en el asunto COMP/M.2817 BARILLA/BPL/KAMPS.

<sup>6</sup> Resolución Del Consejo de la CNC de 22 de noviembre de 2007 en el expediente C-0015/17, CARGILL/HOJIBLANCA.

## V.2 Mercados geográficos

- (26) En cuanto a la dimensión geográfica, las autoridades de competencia<sup>7</sup> han venido considerando que se trata de mercados de dimensión nacional dada la importancia de las marcas en cada país y las preferencias de los consumidores.
- (27) Únicamente en el caso de las marcas blancas se podría considerar un mercado superior al nacional. En este caso, la comercialización y el marketing del producto corren a cargo del distribuidor, por lo que los productores pueden soportar mayores costes de transporte y vender el producto a precios más competitivos que bajo marca propia, en un ámbito geográfico superior.
- (28) En la medida en que la operación implica la adquisición por SIRO de la Fábrica de Catdes dedicada a la producción de pan de molde y similares, situada en Canarias, la notificante ha aportado información relativa a dicho mercado geográfico. Las autoridades de competencia se han pronunciado en varias ocasiones con referencia a las particularidades de este mercado geográfico, llegando a la conclusión de que el archipiélago constituye un mercado diferenciado del peninsular en atención a sus peculiaridades físicas, administrativas y fiscales, a los elevados costes del transporte marítimo y a las altas cuotas de productos locales en el ámbito de los bienes de consumo<sup>8</sup>.

## V.3. Conclusión

- (29) A efectos de la presente operación, esta Dirección de Investigación considera los siguientes mercados relevantes en relación con el pan de molde: (i) el mercado nacional de fabricación de pan de molde así como los más estrechos de ámbito geográfico (ii) canario y (iii) peninsular (incluyendo las Islas Baleares), (iv) el mercado nacional de fabricación de pan de molde para su venta bajo marca blanca o de distribuidor y (v) el mercado nacional de fabricación de pan de molde de marca propia.
- (30) En cuanto a la bollería industrial se consideran mercados relevantes (i) el mercado nacional de fabricación de bollería industrial y los más estrechos de (ii) fabricación de bollería industrial para su venta bajo marca blanca y (iii) de fabricación de bollería industrial de marca propia.

## VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

### VI.1. Estructura de la oferta

- (31) Según la notificante, las cuotas para los mercados afectados en esta operación son las siguientes:
- (i) Mercado nacional de fabricación de pan de molde*

---

<sup>7</sup> Decisión de la Comisión Europea de de 25 de junio de 2002 en el asunto COMP/M.2817 BARILLA/BPL/KAMPS.

<sup>8</sup> Informe del Servicio de Defensa de la Competencia en el expediente N-03035 SOS CUÉTARA/ACEICA.

MERCADO NACIONAL DE FABRICACIÓN DE PAN DE MOLDE			
	2006	2007	2008
Operador	Cuota	Cuota	Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
<b>SIRO</b>	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS+SIRO</b>	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
BIMBO	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
PANRICO	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
RESTO DE MARCA BLANCA	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
RESTO MARCAS	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

(32) La parte notificante indica que la marca de distribuidor o marca blanca representa un porcentaje muy elevado de las ventas de pan de molde en España, de aproximadamente el 48%. [...]

(ii) Mercado peninsular de fabricación de pan de molde

MERCADO PENINSULAR DE FABRICACIÓN DE PAN DE MOLDE <sup>9</sup>			
	2006	2007	2008
Operador	Cuota	Cuota	Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]
<b>SIRO</b>	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS+SIRO</b>	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
BIMBO	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
PANRICO	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
RESTO DE MARCA BLANCA	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]
RESTO MARCAS	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

(iii) Mercado canario de fabricación de pan de molde

MERCADO CANARIO DE FABRICACIÓN DE PAN DE MOLDE	
	2008
Operador	Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	[30-40%]
<b>PANRICO</b>	[10-20%]
RESTO MARCAS	[40-50%]
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

(33) Por lo que se refiere a las Islas Canarias, SIRO no dispone actualmente de ningún centro de producción. No obstante, [...] alcanzó un acuerdo de fabricación y suministro con [...] por lo que la cuota conjunta en 2008 alcanzaría el [30-40%] (adición de [30-40%]).

<sup>9</sup> Incluyendo las Islas Baleares.

(iv) Mercado nacional de fabricación de pan de molde para su venta bajo marca blanca o de distribuidor

MERCADO NACIONAL DE FABRICACIÓN DE PAN DE MOLDE PARA SU VENTA BAJO MARCA BLANCA	
	2008
Operador	Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	<b>[0-10%]</b>
<b>SIRO</b>	<b>[30-40%]</b>
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS+SIRO</b>	<b>[30-40%]</b>
BIMBO	[30-40%]
PANRICO	[10-20%]
RESTO	[0-10%]
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos contenidos en la Notificación

(v) Mercado nacional de fabricación de pan de molde de marca propia

MERCADO NACIONAL DE FABRICACIÓN DE PAN DE MOLDE DE MARCA PROPIA	
	2008
Operador	Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	<b>[0-10%]</b>
BIMBO	[50-60%]
PANRICO	[20-30%]
RESTO	[10-20%]
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos contenidos en la Notificación



(vi) Mercado nacional de fabricación de bollería industrial<sup>10</sup>

MERCADO NACIONAL DE BOLLERÍA INDUSTRIAL			
	2006	2007	2008
Operador	Cuota	Cuota	Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<b>SIRO (marcas propias)</b>	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<b>MERCADONA (suministrada por SIRO)</b>	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
PANRICO	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
LA BELLA EASO	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
FERRERO	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
EUROPASTRY	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
NUTREXPA	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
DULCESOL	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
UNIPASA	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
KRAFT	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
RESTO FABRICANTES	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]
<b>TOTAL MARCAS DISTRIBUCIÓN</b>	[20-30%]	[30-40%]	[30-40%]
DÍA (GRUPO CARREFOUR)	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
CARREFOUR	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
LIDL	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
EUROSKI	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
ALCAMPO	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
RESTO DISTRIBUCIÓN	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Notificación

(vii) Mercado nacional de fabricación de bollería industrial para su venta bajo marca blanca

MERCADO NACIONAL DE FABRICACIÓN DE BOLLERÍA INDUSTRIAL PARA SU COMERCIALIZACIÓN BAJO MARCA BLANCA	
	2008
Operador	Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	[0-10%]
<b>SIRO</b>	[10-20%]
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS+SIRO</b>	[10-20%]
DULCESOL	[40-50%]
RESTO FABRICANTES	[30-40%]
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Notificación

<sup>10</sup> Esta operación no afectará a las actividades de bollería en Canarias ya que la fábrica de Catdes no opera en este sector.

(viii) Mercado nacional de fabricación de bollería industrial de marca propia

MERCADO NACIONAL DE FABRICACIÓN Y VENTA DEV BOLLERÍA INDUSTRIAL DE MARCAS PROPIAS	
Operador	2008 Cuota
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS</b>	<b>[0-10%]</b>
<b>SIRO</b>	<b>[0-10%]</b>
<b>FÁBRICAS ADQUIRIDAS+SIRO</b>	<b>[10-20%]</b>
PANRICO	[30-40%]
LA BELLA EASO	[0-10%]
FERRERO	[0-10%]
EUROPASTRY	[0-10%]
NUTREXPA	[0-10%]
DULCESOL	[10-20%]
UNIPASA	[0-10%]
KRAFT	[0-10%]
RESTO DE FABRICANTES	[20-30%]
TOTAL	100%

Fuente: Notificación

- (34) En los mercados analizados se aprecia la existencia de una amplia oferta. La mayoría de los operadores están presentes tanto en el mercado de marca blanca como en el mercado de marca propia. En este segundo mercado es destacable el liderazgo de operadores como BIMBO o PANRICO que cuentan con marcas de renombre.
- (35) La notificante señala que la comercialización no requiere desarrollar amplias redes de venta y distribución, siendo lo habitual distribuir desde las plantas a las grandes cadenas de distribución.

## VI.2. Estructura de la demanda

- (36) La demanda de pan de molde y bollería está principalmente concentrada en las cadenas de distribución y centrales de compra quienes cuentan con un elevado poder de negociación. Este poder de negociación es particularmente elevado en el mercado de marca blanca dado el procedimiento abierto de adjudicación. También refuerza el poder compensatorio de la demanda la inexistencia de costes significativos al cambiar de proveedor.
- (37) [...]
- (38) En cuanto a las fábricas adquiridas, su cartera de clientes se encuentra más diversificada, siendo su principal cliente en ambos sectores [...], seguido por [...]

### **VI.3. Barreras a la entrada**

- (39) Según la notificante, no existen barreras de entrada significativas en ninguno de los mercados relevantes. No hay barreras regulatorias más allá de las autorizaciones necesarias para la manipulación de productos alimenticios que se obtienen con facilidad en virtud de criterios objetivos. Tampoco existen importantes barreras técnicas pues los procesos y equipos empleados son sencillos. Asimismo, la mano de obra empleada es en su mayoría no cualificada.
- (40) En este sentido, la notificante destaca que la entrada en estos mercados sería viable para operadores presentes en mercados relacionados, como el de fabricación de pasta, galletas, cereales para el desayuno y chocolates, quienes podrían producir pan y bollería sin costes adicionales significativos.
- (41) Muestra de lo anterior es la entrada en los últimos 3 años de la propia SIRO en el mercado de pan y bollería y la de DULCESOL en el mercado de fabricación de pan de molde y similares.

### **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (42) La operación supondrá la adquisición por parte de SIRO de ciertos activos de producción de pan de molde y bollería industrial actualmente propiedad de BIMBO, Sara Lee Bakery Iberian Investments, S.L., y Catdes, SA, pertenecientes al Grupo SARA LEE. Esta adquisición se complementa con un acuerdo en virtud del cual SIRO fabricará y suministrará a BIMBO (de forma no exclusiva) productos terminados conforme a las especificaciones que BIMBO le transmita durante [no superior a 3 años] prorrogables.
- (43) La operación se produce en el sector de la fabricación de pan de molde y la bollería industrial en el que las partes se encuentran activas, por lo que la estructura de la oferta se verá modificada.
- (44) En el mercado de fabricación de pan de molde, la cuota conjunta de las partes es del [20-30%] (adición de [10-20%]) en el mercado nacional incluyendo tanto marcas propias como blancas. BIMBO seguirá siendo el líder con una cuota del [30-40%] en dicho mercado. La cuota conjunta en el mercado peninsular de fabricación de pan de molde asciende a [20-30%] y en el ámbito de las Islas Canarias a [30-40%].
- (45) En el mercado más estrecho de marca propia la cuota conjunta ascendería a [10-20%]. La operación situará a SIRO en una posición de liderazgo en el mercado de fabricación de pan de molde para su distribución bajo marca blanca con una cuota conjunta en [30-40%] (adición de [0-10%]) seguido de cerca por BIMBO [30-40%].
- (46) En el mercado nacional de fabricación de bollería industrial la cuota conjunta es de [10-20%], siendo de [10-20%] y [10-20%] respectivamente en los mercados más estrechos de marca blanca y marca propia.
- (47) Pese a que las cuotas son significativas, particularmente en el sector de fabricación de pan de molde, no se espera que la operación plantee problemas de competencia. En primer lugar, la inexistencia de barreras de entrada significativas,

más allá de las regulatorias propias del sector de la alimentación, se refleja en la entrada en 2006 en dichos mercados de la propia SIRO y de DULCESOL.

- (48) En segundo lugar, el poder compensatorio de la demanda es particularmente acusado en el mercado de marcas blancas donde SIRO concentra su actividad.
- (49) Asimismo, cambiar de proveedor no resulta difícil y cabe destacar la existencia de competidores reales y potenciales en los mercados analizados que suponen una presión competitiva relevante sobre la entidad resultante.
- (50) 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.