

Tribunal de Defensa de la Competencia

I N F O R M E

EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA **C 49/99**

NOTIFICANTE:

ARJO WIGGINS FINE PAPERS LIMITED

OBJETO:

ADQUISICIÓN POR PARTE DE ARJO WIGGINS FINE PAPERS LIMITED DE LA TOTALIDAD DE LOS ACTIVOS DE CHARTHAM CFP LIMITED, DIVISIÓN INGLESA DE REXAM P.L.C

INDICE

1. ANTECEDENTES.....	3
1.1. Notificación Voluntaria.....	3
1.2. Recepción del Expediente y actuaciones en el Tribunal.....	3
1.3. Alegaciones de los notificantes	6
2. EMPRESAS AFECTADAS POR LA OPERACIÓN	7
2.1. Sociedad adquirente: ARJO WIGGINS FINE PAPERS LIMITED.....	7
2.2. Sociedad Adquirida: REXAM P.L.C.....	8
3. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN.....	9
3.1. Descripción de la operación	9
3.2. Aplicación de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia.....	10
4. EL MERCADO DE REFERENCIA.....	10
4.1. El mercado de producto de referencia.....	10
4.2. Mercado geográfico.....	13
5. CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURA DEL MERCADO	15
6. EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA DERIVADOS DE LA OPERACIÓN	21
7. ELEMENTOS QUE PODRÍAN CONTRARRESTAR LOS EFECTOS NEGATIVOS DE LA OPERACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA	24
8. CONCLUSIONES.....	24
DICTAMEN	26

1. ANTECEDENTES

1.1. Notificación Voluntaria

Con fecha 1 de diciembre de 1999, tuvo entrada en el Servicio de Defensa de la Competencia (en adelante el Servicio), la notificación relativa a la operación de Concentración Económica consistente en la adquisición por parte de la sociedad ARJO WIGGINS FINE PAPERS LIMITED (en adelante ARJO) de la totalidad de los activos de CHARTHAM CFP LIMITED, la división inglesa especializada en la producción de papel de REXAM P.L.C. (en adelante, REXAM), y, en particular, en la producción de papel vegetal.

Dicha notificación fue realizada voluntariamente por la empresa adquirente (ARJO), según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, (en adelante LDC) modificada por el artículo 10, capítulo VIII, del Real Decreto-Ley 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia que entró en vigor el 19 de abril de 1999.

1.2. Recepción del Expediente y actuaciones en el Tribunal

El día 23 de diciembre de 1999, tuvo entrada en el Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante el Tribunal) el expediente referenciado en el Servicio como N-036 ARJO WIGGINS FINE PAPERS LIMITED/CHARTHAM, remitido por el Director General de Política Económica y Defensa de la Competencia, por orden del Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda, basándose en el artículo 15.4 de la LDC, en el que se regula esta actuación cuando se considere que la operación notificada voluntariamente puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado. El plazo de que dispone el Tribunal para emitir el oportuno dictamen es de tres meses por lo que finaliza el día 23 de marzo de 2000.

Según lo establecido en el artículo 12.1 a. del Real Decreto 1080/1992, el Presidente del Tribunal procedió a nombrar la Comisión encargada de elaborar la ponencia que ha de servir de base al Informe del Tribunal. Dicha comisión ha incluido al propio Presidente del Tribunal, Sr. D. Amadeo Petitbò i Juan y los Vocales Sr. D. Julio Pascual y Vicente y Sra. D^a. María Jesús Muriel Alonso, estando asistida por la asesora del Presidente, D^a. Clara Guzmán Zapater en calidad de secretaria de la comisión.

El expediente fue referenciado como C 49/99 ARJO WIGGINS FINE PAPERS LIMITED/ CHARTHAM.

Tras el análisis de la información contenida en el expediente, la comisión elaboró una nota sucinta sobre los extremos fundamentales de la operación, la cual tras ser puesta en conocimiento del notificante y manifestada por éste su conformidad con el contenido, fue remitida a una muestra representativa de empresas y organismos que la comisión consideró podrían resultar afectados por la operación, para que si éstas lo estimasen oportuno, pudieran exponer de forma motivada su criterio acerca de los efectos de la operación sobre la competencia efectiva en el mercado.

De entre las empresas y asociaciones notificadas, las siguientes presentaron alegaciones:

a) **SIHL**

Según esta empresa, el papel vegetal es un producto único por su apariencia y sus rasgos físicos que le distinguen del resto de los productos a base de papel. No puede ser sustituido en su aplicación a los mercados de artes gráficas y CAD, debido a su extraordinaria transparencia y a los efectos que logra en los diseños. Por tanto, el mercado de referencia es el del papel vegetal.

El mercado de papel vegetal es un mercado mundial, y aunque los mayores fabricantes se encuentren localizados en Europa, desde ahí exportan al resto de los países del mundo, a excepción del caso japonés, donde su propia industria suministra a todo el país.

La demanda de este producto se encuentra mas o menos estancada desde hace alrededor de diez años. Únicamente en su aplicación a artes gráficas y CAD se observa cierta ligera aunque constante tendencia creciente en su demanda. Los precios se han ido reduciendo entre un 20-25% en los últimos diez años, debido al estancamiento de la demanda y a la sobrecapacidad productiva existente.

En cuanto a posibles barreras de entrada en este mercado, la entrada de nuevos operadores es materialmente imposible. Los márgenes actuales son muy reducidos, debido a la alta competencia en precios. La inversión necesaria para pasar a producir este tipo de papel es muy alta (alrededor de 60 millones de Euros). El conocimiento técnico necesario para producirlo es específico y no disponible para cualquier fabricante de papel. Por último, al no existir distribuidores ni mayoristas que no trabajen ya en exclusiva para algún otro fabricante, las empresas que cuentan con una red de distribución propia están en una posición sumamente ventajosa. El hacerse con una red propia sería una labor muy lenta que representaría un alto coste. Los costes de transporte no representan una barrera importante (7-8% del coste total).

ARJO WIGGINS, siendo uno de los mayores productores de papel vegetal del mundo, alcanzará enormes economías de escala con esta operación de

concentración, así como la suma de dos grandes redes de distribución, lo cual obligará al resto de los competidores como SIHL, o bien a concentrarse a su vez con otras empresas o bien a cerrar la parte de su negocio correspondiente a la producción de papel vegetal. Solicitan por tanto que las distintas autoridades de competencia prohíban la mencionada operación.

b) SCHOELLERSHAMMER

SCHOELLERSHAMMER se ha personado como parte interesada en este expediente expresando su oposición a la operación, y planteando posibles condiciones a la misma para el caso en que el Tribunal no fuera partidario de prohibirla. Esta empresa alega que el papel vegetal, por sus características, no tiene sustitutivos ni desde el punto de vista de la demanda ni desde el de la oferta. Esta afirmación es válida para las tres aplicaciones del mismo (texto y cubiertas, CAD y diseño manual). Se trata, por tanto, de un mercado de producto concreto en el que no se puede incluir otro mercado que el del papel vegetal. El mercado geográfico es “mundial, o en todo caso, europeo”, dadas las corrientes de intercambios y la homogeneidad de la demanda.

El mercado no ha registrado ninguna entrada en los últimos años, ni es previsible que entren nuevos operadores en los próximos años, debido a la sobrecapacidad de producción existente y a los altos costes de inversión requeridos para ello.

En cuanto a la distribución, afirman que “Aún cuando los notificantes manifiestan que no existen contratos en exclusiva y que la distribución funciona a través de pedidos puntuales, lo cierto es que los productores que cuentan con su propia red de distribución tienen una incomparable ventaja competitiva puesto que resulta difícil entrar en un mercado en el que no existen distribuidores o mayoristas independientes que no tengan establecidas, ya, relaciones comerciales de uno u otro tipo con los productores ARJO cuenta con la posibilidad de distribuir hasta el 50% de sus productos mediante sus propias filiales.....Esto le otorga otra ventaja competitiva incomparable a la vez que traslada los efectos anticompetitivos de la operación también al estadio de la distribución del papel vegetal”.

SCHOELLERSHAMMER insiste en los siguientes puntos: la alta concentración de la producción de papel vegetal en el mundo; la alta cuota de mercado que alcanzarán las dos empresas concentradas; la sobrecapacidad de producción de todas las empresas presentes en el mismo, y, en especial, de ARJO; la imposibilidad de transformar la maquinaria dedicada a la producción de papel vegetal a la fabricación de otro tipo de papel, debido a los altos costes en los que se incurriría; el estancamiento de la demanda de este producto en los últimos años; y, por último, la caída de los precios del mismo.

Concluyen exponiendo que la citada operación obstaculiza gravemente el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de la producción de papel vegetal, e, indirectamente, en el de su distribución, solicitando en consecuencia que el Tribunal la declare improcedente. En caso en que esto no fuera posible, proponen se subordine la aprobación de la misma a la observación, por parte de la empresa resultante de la fusión notificada de las condiciones siguientes:

- “
- 1º. El abandono, por parte de ARJO, de sus participaciones en las empresas españolas encargadas de la distribución de papel vegetal en España puesto que la integración vertical de la distribución puede multiplicar los efectos anticompetitivos de la operación en el mercado del papel vegetal.
 - 2º. La no conclusión, durante los próximos cinco años, de acuerdos de distribución en exclusiva con distribuidores nacionales de manera que se impida la repercusión de los efectos nocivos de la operación notificada en el estadio de la distribución.
 - 3º. La presentación, por parte de la empresa resultante de la operación de concentración, de un informe semestral ante el Servicio de Defensa de la Competencia, durante un plazo de cinco años, que permita controlar tanto los efectos que, sobre la estructura de mercado del papel vegetal, está teniendo el comportamiento de la empresa resultante de la operación como el cumplimiento de las dos condiciones, anteriormente señaladas.”

c) FEDRIGONI GROUP

Empresa productora y distribuidora de papel vegetal propio y de otros fabricantes, entre ellos de REXAM. En escrito dirigido al Tribunal expresan su deseo de evaluar las consecuencias que podría tener para su empresa la operación de concentración. No se han recibido sin embargo alegaciones posteriores ni comunicación alguna de su parte en el Tribunal.

1.3. Alegaciones de los notificantes

Los notificantes definen el mercado de referencia como el del papel vegetal, y consideran que su mercado geográfico tiene dimensión mundial. Admiten que de resultas de la operación la cuota de mercado que ostentará la empresa resultante será muy alta, pero, sin embargo, creen que ello no le otorgará una posición de dominio en el mercado, por las siguientes razones:

- 1) “El mercado relevante de producto incluye otros tipos de papel. Por lo tanto, cualquier incremento en el precio del papel vegetal sería castigado por los consumidores en cada aplicación abandonando el uso del papel vegetal por el

de otro tipo,.... máquinas informáticas o fotocopiadoras. Si estos tipos de papel sustitutivos (p.e. el papel opaco y papel fino) son incluidos, las cuotas de mercado de los principales competidores en el mercado de papel vegetal se verían sustancialmente diluidas....”

2) “Cualquier incremento en el precio del papel vegetal realizado por ARJO tras la operación dará lugar a un crecimiento tanto de la producción como de las importaciones de papel vegetal por parte de los competidores de ARJO. En particular, SCHOELLERSHAMMER y SIHL tienen una gran capacidad productora y podrían aumentar sus exportaciones y están dispuestos a hacerlo.”

3) “La posible entrada de MITSUBISHI en el mercado europeo de papel vegetal ejercerá una continua presión competitiva en el nuevo ARJO.. ...”

4) “Igualmente, el comportamiento competitivo de ARJO continuará siendo controlado por la actual capacidad de otros competidores de diversificar su actividad accediendo al sector del papel vegetal.”

2. EMPRESAS AFECTADAS POR LA OPERACIÓN

2.1. Sociedad adquirente: ARJO WIGGINS FINE PAPERS LIMITED

ARJO pertenece al Grupo ARJO, cuya matriz es ARJO WIGGINS APPLETON P.LC (AWA) uno de los fabricantes y distribuidores de papeles más importantes del mundo. AWWA cuenta con más de 18.000 empleados repartidos en 26 países y con 45 unidades de producción en Europa y en los Estados Unidos.

La actividad de ARJO consiste principalmente en la producción y distribución de papel a nivel mundial, centrándose en la elaboración de papel *premium*, incluyendo papel autocopiativo, papel térmico, papel estucado, papel fino y papeles especiales.

El Grupo posee en España el 99,91% del fabricante de papel de escritura GUARRO CASA S.A., la distribuidora de papel autocopiativo TOMAS REDONDO S.A. y el 99,99% de la sociedad distribuidora y transformadora CORPORACIÓN COMERCIAL CANGUROS S.A.

GUARRO CASAS¹ se fundó en 1968 en la Torre de Claramunt de Capellades (Barcelona). En el año 1989 GUARRO CASAS pasó a formar parte del Grupo CANSON & MONTGOLFIER y desde 1990 pertenece a la división de PAPELES ESPECIALES del Grupo AWA. La empresa posee 4 filiales en América: INTERPAPEL (México), ESPACOL (Colombia, ESPACHILE (Chile) y ESPAVE (Venezuela); y una filial en España REPRO SERVICE, S.A.

¹ Los datos referidos a GUARRO CASAS han sido obtenidos de su página WEB

GUARRO CASAS es uno de los principales fabricantes europeos de “Materiales de Encuadernación y Recubrimiento”, fabricante mundial de “Microfibra de Vidrio” y líder de “Papeles de dibujo y Bellas Artes” en España.

GUARRO CASAS dispone de tres fábricas localizadas en: Gelida (Barcelona), en Campdevàrol (Gerona) y en Creysse (Francia). La primera de éstas fábricas no produce papel vegetal.

2.2. Sociedad Adquirida: REXAM P.L.C.

REXAM P.L.C. es la sociedad matriz del grupo REXAM, un *holding* con filiales cuyas actividades consisten principalmente en la producción de films y papeles estucados (incluyendo papel vegetal) y en la elaboración de paquetería para productos de belleza, productos de cuidado para salud, bebidas y comidas especiales. Algunas filiales del Grupo también llevan a cabo actividades en el sector de la construcción y en la ingeniería.

La filial de REXAM, REXAM C.F.P. LIMITES encabeza la división de films y papeles estucados (incluyendo papel vegetal) del Grupo. La producción de films y papeles estucados se lleva a cabo en el Reino Unido y en Irlanda. REXAM no tiene filiales en España. CHARTHAM es la división inglesa de REXAM especializada en la producción de papel, cuya principal activo consistente en una fábrica situada en Chartham Kent.

El volumen de negocios de las empresas partícipes en la operación, en el sentido del artículo 2 del Real Decreto 1080/1992, en los tres últimos ejercicios económicos ha sido el siguiente:

Cuadro nº. 1

VOLUMEN DE NEGOCIOS .1996-1998. Millones de pesetas

	ARJO			CHARTHAM		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998
Mundial	-	58.809	56.304	7.354	6.352	6.141
UE	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
España	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificante

3. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

3.1. Descripción de la operación

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de ARJO de la totalidad de la actividad, fábrica de producción y demás activos de CHARTHAM, la división inglesa de REXAM CPF LIMITED, especializada en la producción de papel. El principal activo del negocio de papel de CHARTHAM que será adquirido por ARJO consiste en una fábrica de producción de papel situada en Chartham, Kent (Reino Unido). Esta fábrica emplea tres máquinas, dos de las cuales producen papel vegetal con una capacidad de 7.600 y 2.600 toneladas anuales, respectivamente. La tercera máquina posee una capacidad de producción de 5.000 toneladas anuales y produce únicamente papel estándar (no vegetal).

La operación comprende asimismo la adquisición por parte de ARJO de todas las acciones de REXAM CHINA HOLDING LIMITED (en adelante, REXAM CHINA), sociedad de nacionalidad inglesa. REXAM CHINA tiene una filial denominada REXAM (WUXI) PAPER PRODUCTS LIMITED. Por tanto, cuando se realice la operación, ARJO también adquirirá indirectamente control de la filial de REXAM CHINA. Este aspecto de la operación no afecta a España, dado que REXAM CHINA no lleva a cabo ventas ni actividad alguna en España. Tampoco realiza venta alguna en Europa, y según consta en la Notificación el plan de ARJO a largo plazo contempla el cerrar REXAM(WUXI) PAPEL PRODUCTS LIMITED.

La operación se formalizó mediante contrato de fecha 1 de diciembre de 1999. No obstante, su realización quedó condicionada a la aprobación de la misma por parte de las autoridades de defensa de la competencia de España, Francia y Reino Unido, los tres países en los cuales se presentó notificación, así como a la confirmación por parte de la empresa especializada ENVIRONMENTAL AUDITORS LIMITED de que ciertas medidas medioambientales han sido llevadas a cabo por REXAM (Cláusula 3 del citado contrato).

De las tres notificaciones realizadas, las autoridades de competencia de Francia y del Reino Unido ya han resuelto a fecha de hoy, no pasar el expediente a una segunda fase de su procedimiento, dando con ello el visto bueno a la operación en ambos países, según consta por escrito en este Tribunal.

3.2. Aplicación de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia

A la vista de los datos aportados por el notificante, el Tribunal estima que esta operación no entra dentro del ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº4064/89, sobre control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CEE) nº 1310/1997, toda vez que no se alcanzan los umbrales previstos en los apartados 2 y 3 de su artículo 1. Por tanto, la operación carecería de dimensión comunitaria.

Sin embargo, la operación notificada cumple con los requisitos previstos por la Ley 16/1989, modificada por el artículo 10, Capítulo VIII, del citado Real Decreto-Ley 6/1999, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) de la misma.

4. EL MERCADO DE REFERENCIA

4.1. El mercado de producto de referencia

Con arreglo a lo dispuesto en el Reglamento 4064/89 sobre concentraciones, el mercado de producto, considerado desde el punto de vista de la competencia, debe abarcar aquellos bienes y servicios que los consumidores consideran sustituibles por razones de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer de ellos. Es decir, la determinación del mercado relevante debe tener en cuenta, prioritariamente, la estructura de las preferencias de los consumidores. La posible sustituibilidad de la oferta es un concepto importante para determinar la impugnabilidad del mercado pero no para definir la gama de productos incluidos en el mercado relevante.

El papel vegetal es un papel muy refinado, producido mecánicamente, que se clasifica dentro del grupo de los llamados papeles especiales. Sus características distintivas son su elevada transparencia y superficie regular y satinada. Su dureza superficial e interna lo hace resistente a las raspaduras o a la tracción, resultando idóneo para el dibujo técnico a lápiz, tinta y rotulador de punta tubular. Resulta especialmente adecuado para la edición de libros, memorias, catálogos de prestigio, cubiertas, separatas y superposiciones de imágenes. Es un soporte que se puede imprimir y manipular en *offset*, tipografía, huecograbado, serigrafía, reprografía, impresora láser, estampado y gofrado.

El papel vegetal se presenta en una amplia gama de formatos. Además se presenta en rollos para dibujo manual y bobinas. Se encuentra disponible en una amplia gama de gramajes: 50/55, 60/65, 70/75, 90/95, 110/115, 145 y cartulina vegetal de 185 y 280 gramos por metro cuadrado.

El papel vegetal posee tres aplicaciones distintas: texto y cubiertas (*text & cover*), diseño asistido por ordenador (*computer aid design*, en adelante CAD) y diseño manual (*manual drafting*).

Cuadro nº. 2

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MUNDIALES DE PAPEL VEGETAL. 1992-2003 (PREVISIÓN).

Volumen y porcentajes

APLICACIÓN	1992		1998		2003 (previsión)	
	Toneladas	%	Toneladas	%	Toneladas	%
CAD	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Diseño manual	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Texto y cubiertas	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Diazo (antiguo proceso)	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TOTAL	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificante

Se utiliza la misma tecnología de producción, tipo de maquinaria e instalaciones para la producción del papel vegetal en sus diferentes aplicaciones o usos finales. En todos los casos tiene las mismas características básicas y calidad., independientemente de cual sea su uso final.

a) Texto y Cubiertas

Esta aplicación incluye el uso de papel especial para paquetería, artes gráficas y folletos. En esta aplicación, el papel vegetal tiene una finalidad decorativa o de presentación. Actualmente, esta aplicación supone el 23% de las ventas a nivel mundial de papel vegetal y este porcentaje continúa aumentando, compitiendo con otros tipos de papel. En España en concreto, el papel vegetal supone menos del 1% de las ventas totales de todos los tipos de papel utilizados para Texto y Cubiertas (8.800 toneladas en 1.998).

La aplicación de papel vegetal para Texto y Cubiertas representa el 18% del consumo total de papel vegetal en el mercado español (100 toneladas).

b) CAD

Aproximadamente el 47% de las ventas mundiales de papel vegetal se destinan a esta aplicación. Los principales consumidores en esta aplicación son los arquitectos y otras profesiones técnicas. En este segmento compite fuertemente con otros tipos de papel para su utilización en las máquinas CAD. Por ejemplo, el papel opaco, un 20% más barato, que ya se está utilizando en este tipo de máquinas, siendo además más barato, debido fundamentalmente a diferencias en la calidad de ambos tipos de papel. No obstante, desde un punto de vista funcional, ambos papeles pueden ser sustitutivos, de modo que en

cierta manera el precio del papel vegetal se mantiene controlado por el precio del papel opaco.

Los consumidores de papel vegetal en esta aplicación utilizan cada vez más nuevas tecnologías, como las fotocopiadoras y las impresoras multiuso. Esto tiene un efecto de contención del precio del papel vegetal, el cual se mantiene incluso por debajo de la media del papel vegetal utilizado para otras aplicaciones.

Aproximadamente un 48% del total del papel vegetal vendido en España (270 toneladas en 1998) es utilizado en el sector CAD.

1) Diseño Manual

El resto de las ventas mundiales de papel vegetal (30%) se destinan al sector de diseño manual. Esta aplicación consiste en el uso de papel vegetal para copiar sin utilizar maquinaria alguna, a diferencia de la aplicación en CAD. Este sector se subdivide a su vez en dos subsectores: uso técnico para arquitectos y oficios técnicos (80%) ;y uso escolar (20%). En España el consumo de papel vegetal dedicado a esta aplicación en su conjunto supone un 33,9% (190 toneladas), de las cuales el 63% se dedica a uso técnico y el 37% restante a uso escolar.

- Uso Técnico. El papel vegetal es utilizado de distinta forma por arquitectos, copiadorees y otros artistas gráficos, sin que medie la utilización de máquinas. Su uso en este campo compite con el empleo creciente de diseños producidos tecnológicamente mediante fotocopiadoras e impresoras cada vez más sofisticadas. Esta aplicación representa un 24% de las ventas mundiales de papel vegetal y este porcentaje está actualmente en disminución debido a la sustitución creciente del uso de papel vegetal por la utilización de máquinas de CAD. Esto ha llevado a su vez a una competencia cada vez mayor entre el papel vegetal y el papel opaco, en línea con lo explicado en el apartado correspondiente a la aplicación CAD. En España

- Uso Escolar. Este sector engloba el uso doméstico y el uso en escuelas y en otras instituciones educativas. Este sector representa el 20% de las ventas totales de papel vegetal en el sector de diseño manual y aproximadamente el 6% de las ventas totales de papel vegetal. Esta aplicación está disminuyendo a un ritmo del 3% anual tanto en España como en el resto de Europa. Los productos sustitutivos del papel vegetal para uso doméstico y educativo son el papel estándar, los ordenadores e internet.

En consecuencia, existen productos alternativos al papel vegetal en las tres aplicaciones posibles, aunque en menor medida en la aplicación de diseño manual (usos técnico y escolar). Podría considerarse que existe cierta sustituibilidad con

otros tipos de papel, aunque tanto la empresa notificante como los competidores coinciden en señalar que las características técnicas y de calidad del papel vegetal son claramente distintas de las del resto de los papeles. Sin embargo, algunos tipos de papel (el papel opaco, por ejemplo) y el uso creciente de nuevas tecnologías (máquinas CAD, ordenadores, internet, fotocopadoras e impresoras) constituyen posibles alternativas a la utilización de papel vegetal, lo cual actúa, en parte, como mecanismo de contención de su precio.

Por todo ello, puede concluirse que el papel vegetal constituye un mercado en sí mismo, diferenciable de otros mercados dentro del mercado global de la producción y la comercialización de papel, aunque existe un cierto grado de sustituibilidad entre este producto y otros tipos de papel y nuevas tecnologías. Los desplazamientos de la demanda de papel vegetal hacia estos productos alternativos debido a incrementos en el precio podrán seguir dándose, aunque la sustituibilidad nunca será absoluta, debido a las especiales características de calidad y presentación del mismo, que hasta ahora no han podido ser igualadas por otros tipos de papel. De hecho, empresas como ARJO tratan de especializarse en la fabricación de papel de la más alta calidad, con alto valor añadido, debido a la demanda creciente del mismo para la aplicación de Texto y Cubiertas, muy de moda en los últimos años para productos publicitarios y relacionados con actividades de *marketing*.

Por todo ello, este Tribunal concluye que el mercado de referencia en la presente operación de concentración económica lo constituye la producción y la comercialización de papel vegetal.

4.2. Mercado geográfico

En el mercado de producto considerado, las empresas productoras, entre ellas las dos mayores competidoras de ARJO (SIHL y SCHOELLERSHAMMER) son empresas con presencia internacional, que localizan sus plantas de producción y/o sus oficinas de ventas en diferentes países para comercializar sus productos a nivel mundial o, al menos, en áreas geográficas supranacionales. Como consecuencia de ello, el volumen de las importaciones de este producto es muy elevado, sin que parezca que los costes de transporte constituyan una barrera relevante al comercio (aproximadamente entre el 7% y el 8% del coste total).

En la siguiente tabla se muestran las cifras de importaciones del papel vegetal que se produce en determinados países de la UE y en otros terceros.

Cuadro nº. 3**PROPORCIÓN DE VENTAS TOTALES DE PAPEL VEGETAL ATRIBUIBLES A LAS IMPORTACIONES. Tm.**

PAÍSES	VOLUMEN Tm	% de las ventas atribuibles a las importaciones
Reino Unido	1.122	42
Alemania	3.816	36
Francia	2.806	59
Italia	2.385	100
España	561	55
Holanda	940	100
Bélgica/Luxemburgo	407	100
Suiza	420	40
Resto de Europa	1.572	100
Norteamérica	2.004	100
Sudamérica	2.676	100
Asia	4.609	100
Japón	7.014	29
Otros	3.106	100
Total	33.434	

Fuente: Notificante

Se puede concluir que el núcleo del mercado geográfico del papel vegetal, en cuanto a su faceta de distribución, tiene dimensión europea, con empresas de ámbito internacional que comercializan sus productos en todo el mundo, incluidas aquellas zonas geográficas en las que no cuentan con plantas de producción propias. La demanda europea de este producto presenta características que la diferencian de la demanda del resto del mundo, dado que se encuentra en general en una fase de madurez mucho mayor. Las condiciones, en este sentido, no son por tanto homogéneas, ni en precios ni en calidades (véase el papel chino que se suministra al mercado asiático) ni en consumo (la demanda está completamente estancada en Europa, no así en el resto del mundo). Por tanto, resulta más razonable definir un mercado geográfico completamente homogéneo como el europeo. En lo que se refiere a la distribución de este producto, esta se organiza generalmente a nivel local, especialmente en el caso de España, en el que se concentra tanto la actividad de producción (GUARRO CASAS S.A.) como de distribución. Por tanto, en cuanto a la comercialización el mercado geográfico de referencia es el nacional.

5. CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURA DEL MERCADO

Desde el punto de vista de la oferta el mercado del papel vegetal se caracteriza por la presencia de un número reducido de competidores, los cuales son importantes compañías multinacionales que producen y comercializan productos a nivel internacional. En el contexto europeo, además de las empresas que se concentran, los principales operadores son SCHOELLERSHAMMER Y SIHL.

MITSUBISHI parece ser un potencial entrante. Este productor vende sus productos en diferentes países europeos (con o sin presencia a nivel local) y también fuera de Europa. A nivel mundial existen otros productores de papel vegetal como ZANDERS (que forma parte del Grupo INTERNATIONAL PAPER que es el principal productor de papel a nivel mundial). MING FENG (empresa pública China) y un número de productores que ocasionalmente producen papel vegetal empleando para ello la capacidad disponible en máquinas de papel flexible.

En España, el consumo de papel vegetal ascendió a 560 toneladas en 1998, a 570 en 1997 y a 585 en 1996. La estimación del valor del mercado de papel vegetal consumido en España en 1998 es de aproximadamente 403 millones de pesetas que dividido en función de sus usos finales es la siguiente: Texto y Cubiertas 88 millones de pesetas, CAD 147 millones de pesetas y Diseño Manual 168 millones de pesetas.

Las cuotas de mercado aproximadas en España correspondientes a ARJO, REXAM así como a sus principales competidores fueron las siguientes:

Cuadro nº. 4

CUOTAS DEL MERCADO ESPAÑOL DEL PAPEL VEGETAL 1996-1998

	1996	1997	1998
ARJO	>40%	>40%	>40%
REXAM	>15%	>15%	>15%
SIHL	>15%	>15%	>15%
SCHOELLERSHAMMER	<10%	<10%	<10%

Fuente: Notificante

Para cada una de las aplicaciones descritas con anterioridad, en el apartado mercado de producto las cuotas de mercado en España correspondientes a ARJO, REXAM, y sus principales competidores son los siguientes:

Cuadro nº. 5**CUOTAS DEL MERCADO ESPAÑOL DEL PAPEL VEGETAL POR APLICACIONES. 1996-1998**

Empresa	Texto y Cubiertas			CAD			Diseño manual		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998	1996	1997	1998
ARJO	>40	>40	>40	>40	>40	>40	>40	>40	>40
REXAM	>10	>10	>10	>10	>10	>10	>10	>10	>10
SHIL	<10	<10	<10	<10	<10	<10	<10	<10	<10
SCHOELLERSHAMMER	<10	<10	<10	<10	<10	<10	<10	<10	<10

Fuente: Notificante

Ni SCHOELLERSHAMMER, ni SHIL, ni REXAM producen papel vegetal en España, por lo que el único productor nacional es el notificante, ARJO. Este último produce en España a través de su filial GUARRO CASAS S.A.

El tamaño del mercado europeo del papel vegetal en el período 1996-19998, se estima entre 7.908 millones y 8.435 millones de pesetas. En volumen, el tamaño de este mercado ascendió a 14.000 toneladas en 1998. En cuanto a la parte del mercado europeo que corresponde a ARJO y a REXAM, así como a sus competidores principales, las estimaciones de ARJO se presentan en el cuadro:

Cuadro nº. 6**CUOTAS DEL MERCADO EUROPEO DEL PAPEL VEGETAL. 1996-1998**

	1996	1997	1998
ARJO	>20	>20	>20
REXAM	>20	>20	>20
SHIL	>20	>20	<20
SCHOELLERSH.	<20	>20	>20
OTRAS	<10	<10	<10

Fuente: Notificante

Cuadro nº. 7**CUOTAS DEL MERCADO EUROPEO DEL PAPEL VEGETAL POR APLICACIONES. 1998**

	Texto y Cubiertas	CAD	Diseño manual	Total
ARJO	>15%	>15%	>15%	>15%
REXAM	>15%	>15%	>15%	>15%
SHIL	>15%	>15%	>15%	>15%
SCHOELLERSH	<30%	<30%	<30%	<30%
OTRAS	<10%	<10%	<10%	<10%

Fuente: Notificante

El tamaño estimado del mercado mundial del papel vegetal en el período 1996-1998 ascendió a 33.300 toneladas, 35.500 toneladas y 33.400 toneladas, respectivamente. En cuanto a la parte del mercado mundial que corresponde a ARJO y a REXAM, así como a sus principales competidores, los datos estimados para el año 1998 son las siguientes:

Cuadro nº. 8

CUOTAS DEL MERCADO MUNDIAL DE PAPEL VEGETAL. 1998

Empresa	Ventas(toneladas)	%
ARJO	[...]	>10
REXAM	[...]	>10
SCHOELLERSHAMMER	[...]	>10
SIHL	[...]	>10
MITSUBISHI	[...]	>10
OTRAS	[...]	<10
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificante

Como se observa, la mayoría de los competidores de ARJO y de REXAM son los mismos tanto a nivel mundial, europeo y español, a excepción de MITSUBISHI, que es un suministrador de papel vegetal en Japón y otros países asiáticos. Esta compañía ha adquirido en Alemania una empresa papelera dedicada a otra actividad distinta de la producción de papel vegetal (papel autocopiativo) . En opinión del notificante, aprovechará su fuerza comercial ya organizada como plataforma comercial para iniciar sus ventas de papel vegetal en Europa.

Por último, la calidad de los papeles vegetales producidos por empresas chinas está siendo mejorada en los últimos tiempos de forma considerable. Ello hará que comience a darse la posibilidad, en opinión de ARJO, de que estas empresas intenten extender sus redes comerciales hacia países europeos. En la actualidad se centran exclusivamente en el mercado asiático. Por el contrario, SCHOELLERSHAMMER ha manifestado a este Tribunal que el papel vegetal chino es de tan ínfima calidad que no está en condiciones de competir con el papel vegetal fabricado por las cuatro grandes productoras citadas, y que ni siquiera merece ser incluido dentro del mismo mercado de producto. Según esta empresa, ni se producen exportaciones a Europa de este producto desde China, ni se producirán previsiblemente en un futuro debido a estas grandes diferencias.

Los proveedores de las partes son los productores de pasta de papel y proveedores de productos químicos. Dichos proveedores son grupos internacionales, para los

cuales las compras de materias primas destinadas a la producción de papel vegetal representan una parte pequeña de sus ventas.

Los precios del papel vegetal al igual que los de la industria del papel en general han experimentado una caída continuada, según muestran los datos sobre evolución de precios de este producto presentados en el Tribunal tanto por los notificantes como por las empresas competidoras. La tendencia se agrava por una sobrecapacidad de los productores de papel vegetal.

La distribución de papel vegetal se lleva a cabo a través de tres tipos de operadores: manipuladores, mayoristas y minoristas.

Los manipuladores tratan el producto básico antes de venderlo a los consumidores finales, cortándolo en el tamaño adecuado según las necesidades del usuario final. Básicamente, los manipuladores compran grandes bobinas de papel vegetal y las cortan en los tamaños requeridos por el consumidor final, en su mayor parte estudios de arquitectura y otras profesiones técnicas que utilizan el papel vegetal en la aplicación CAD.

Los mayoristas de papel, quienes adquieren el papel vegetal para su reventa a imprentas y otros fabricantes que lo utilizan en la aplicación de Texto y Cubiertas, son habitualmente compañías nacionales muy fuertes que pertenecen a grandes grupos de empresas que operan a nivel europeo. En España los mayoristas de papel más importantes son CANGUROS, TOMAS REDONDO, FEDRIGONI y TORRASPAPEL. Los dos primeros pertenecen al Grupo ARJO (99,9%), actuando para este grupo como mayoristas de papel para la distribución de papel vegetal únicamente en el segmento de Texto y Cubiertas (18% del mercado total de papel vegetal en España).

Los minoristas adquieren el papel vegetal de diferentes fuentes: productores y manipuladores (los más importantes OCE y REGMA), mayoristas y suministradores de oficinas. Los minoristas venden a su vez el papel vegetal a los consumidores finales en dos segmentos: el diseño manual y en menor medida en el de CAD. En el segmento de diseño manual los minoristas son normalmente en España pequeños comercios especializados en papelería y suministradores de oficina como OFFICE SERVICE, CANGUROS, GUILBERT y PICKING PACK. En el segmento de CAD, los minoristas son compañías independientes que, no obstante, se están agrupando (a través de cooperativas, etc) para incrementar su poder de compra y obtener mejores condiciones de precios. Los suministradores de oficina adquieren el papel vegetal de fabricantes y/o manipuladores y lo venden a su vez a: usuarios en los segmentos de diseño manual y de CAD y a minoristas. Los suministradores de oficina son grandes empresas que distribuyen todo tipo de material a través de catálogos.

La actividad de venta de ARJO se lleva a cabo a través de sus filiales en varios países o directamente por terceras partes (ver Cuadros nº10 y nº11). REXAM realiza sus ventas a través de distribuidores externos (ver Cuadro nº12). La relación entre ARJO y sus clientes no se basa, habitualmente, en una relación contractual sino que funcionan mediante ordenes de entrega puntuales. Como otros productores de papel vegetal operan en base a pedidos y existe poco almacenamiento de este producto. No se requiere la presencia de una planta de producción local para atender a los clientes.

Con fecha 21.3.2000 los representantes de ARJO presentaron escrito ante el Tribunal en el que comunicaban la intención del grupo ARJO de segregar las actividades de producción y distribución del grupo, integrándolas en una nueva entidad denominada ANTALIS, que actuará de forma independiente e integrará a todos los distribuidores locales de los diferentes países. ANTALIS saldrá a bolsa en Londres en el tercer trimestre de este año, según consta en la Comunicación de Hecho Relevante presentada ante las autoridades de la Bolsa de Londres (London Stock Exchange) con fecha 1.3.2000, cuya copia ha sido presentada a este Tribunal. ARJO comunicó asimismo que tiene la intención de desprenderse de su mayoría en esta compañía, perdiendo el control sobre la misma, para centrarse en la actividad de producción de papeles de gama alta, de alto valor añadido, actividad en la que ostenta el primer puesto en el ranking internacional de productores.

ANTALIS comprende en España las sociedades TOMAS REDONDO S.A. y CORPORACIÓN COMERCIAL KANGUROS S.A.

Cuadro nº. 10

FACTURACIÓN DE LAS FILIALES DE ANTALIS EN ESPAÑA. Millones de Pesetas. 1998

Sociedad	Ventas totales	Ventas de papel vegetal	% que representan las ventas de papel vegetal
Kanguros	[...]	[...]	[...]
Tomás y Redondo	[...]	[...]	[...]
Total	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificantes

Las ventas de ARJO en España se elevan a 226 millones de pesetas, cuya distribución, por aplicaciones se lleva a cabo del siguiente modo:

Cuadro nº. 11**VENTAS DE ARJO EN ESPAÑA POR APLICACIÓN. 1998 Millones de pesetas.**

Aplicación	Ventas totales	Porcentaje sobre total de ventas	Distribución
Texto y Cubiertas	[...]	[...]	[...]
CAD	[...]	[...]	[...]
Diseño Manual	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificantes

Las ventas de ARJO a ANTALIS (TOMÁS REDONDO Y KANGUROS) se elevan a 48 millones de pesetas y equivalen al 90% de las ventas de ARJO en el segmento de “Texto y Cubiertas”. ARJO no lleva a cabo ventas a ANTALIS en las aplicaciones de CAD y Manual, ya que vende directamente a través de minoristas y manipuladores.

CHARTHAM no lleva a cabo ventas a través de ANTALIS .Las ventas de CHARTHAM en España se elevan a 58 millones de pesetas distribuidas por aplicaciones del siguiente modo.

Cuadro nº. 12**VENTAS DE CHARTHAM EN ESPAÑA POR APLICACIÓN. Millones de Pesetas. 1998**

Aplicación	Ventas totales	Porcentaje sobre total de ventas	Distribución
Texto y Cubiertas	[...]	[...]	[...]
CAD	[...]	[...]	[...]
Diseño Manual	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificantes

Las ventas totales de ARJO Y CHARTHAM en España se elevan a 284 millones de pesetas

Cuadro nº. 13**VENTAS COMBINADAS DE ARJO Y CHARTHAM EN ESPAÑA. Millones de Pesetas. 1998**

Aplicación	Ventas totales	Porcentaje sobre total de ventas	Distribución
Texto y Cubiertas	[...]	[...]	[...]
CAD	[...]	[...]	[...]
Diseño Manual	[...]	[...]	[...]

Fuente: Notificantes

Las ventas de ARJO/CHARTHAM a ANTALIS, ascienden a 48 millones de pesetas o al 73% de las ventas de papel vegetal en el segmento de Texto y Cubiertas. ARJO/CHARTHAM no lleva a cabo ventas a ANTALIS en los segmentos de CAD y manual. En resumen, las ventas de papel vegetal que ARJO lleva a cabo en España a través de ANTALIS, representan el 17% de sus ventas totales.

Este esquema de distribución se repite en gran medida en los dos competidores directos de ARJO (SIHL y SCHOELLERSHAMMER). Los tres venden directamente su papel vegetal a los segmentos de minoristas y manipuladores para las aplicaciones de Manual y CAD, y cuentan con distribuidores para la venta a mayoristas (quienes a su vez revenden a minoristas e imprentas) para la aplicación de Texto y Cubiertas.

6. EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA DERIVADOS DE LA OPERACIÓN

El primer efecto significativo lo conforma la desaparición de un productor independiente (CHARTHAM) en un mercado donde el número de operadores es muy reducido. De hecho, en el mercado español, esta operación de concentración supone la unión de los dos primeros operadores, constituyéndose de ese modo ARJO en España y en varios países de Europa, como líder indiscutible en el mismo. La cuota de mercado de ARJO en España, si se llevara a cabo la operación de concentración, será de un 75%, tras la adquisición del 23% de cuota aportado por CHARTHAM. El resto de los competidores de ARJO se encuentran a una gran distancia del líder, con cuotas de mercado muy inferiores (18% SIHL y 7% SCHOELLERSHAMMER, según los notificantes). Además, la posibilidad de que nuevos operadores entren a competir en este mercado es sumamente improbable, debido al estancamiento sufrido por la demanda de estos productos en los últimos años, y, sobre todo, por la tendencia a la baja de los precios registrada durante los últimos 5 años.

Ambos factores (altas cuotas de mercado y ausencia de potenciales entrantes) indican que ARJO, que ya ostentaba una cuota de mercado considerable en España antes de la adquisición de CHARTHAM (algo más del 50%), pasará a incrementarla de forma notable. Aunque este constituye un dato imprescindible en el análisis de operaciones de concentración económica desde la perspectiva de la competencia, no es sin embargo el único factor a tener en cuenta. Ateniéndose a la definición comunitaria del concepto de posición de dominio, ésta "...constituye una posición de poder económico que otorga a la empresa que la ostenta la capacidad de obstaculizar la competencia efectiva en el mercado relevante, al proporcionarle el poder de comportarse con relativa independencia de sus competidores, de sus clientes y, en último término, de sus consumidores".

No existe constancia, en este caso, de que ARJO vaya a ser capaz de actuar con independencia de competidores, clientes y consumidores, a pesar de la alta cuota de mercado que ostenta. El escaso tamaño del mercado, y la reducción de márgenes derivada de la constante competencia en precios, hace que compañías como ARJO busquen aumentar sus beneficio mediante la adquisición de otra compañía competidora, con objeto de reducir costes y aprovechar las economías de escala derivadas de un mayor tamaño.

La evolución observada en los precios del papel vegetal durante los últimos cinco años indica una leve tendencia a la baja (alrededor del 3% durante ese periodo), que acompañada del estancamiento de la demanda en toda Europa (zona de mayor consumo del mundo) derivado de la ya explicada competencia de otros materiales y de la aparición de nuevas tecnologías, ofrecen escaso margen de movimiento para los operadores existentes en el mercado, y ninguna posibilidad para la aparición de nuevos entrantes. Estos últimos se encuentran además con un desincentivo adicional constituido por la existencia de un importante excedente de capacidad productiva en este sector.

Los dos competidores inmediatos de ARJO en España (SCHOELLERSHAMMER y SIHL), aportan en sus alegaciones respectivas una serie de datos ilustrativos de la existencia de una importante capacidad ociosa de producción en esta industria. Tanto ellos mismos, en menor medida, como ARJO, tienen máquinas suficientes para producir mayor cantidad de papel vegetal del que fabrican. Este exceso de capacidad actúa de hecho como mecanismo disuasor a la entrada de nuevos operadores en este mercado, ya que las empresas ya instaladas en el mismo, con sus redes de comercialización organizadas, están en disposición de incrementar su producción en cualquier momento. Este es, además, uno de los peligros que esgrimen los competidores de ARJO para oponerse a esta operación de concentración. A este respecto, cabe destacar la disparidad existente entre los cálculos aportados por las tres empresas (notificante y competidores). Las cifras de capacidad ociosa de ARJO aportadas por los competidores duplican las que ha presentado la empresa notificante. No existe otro medio que el de una investigación exhaustiva acerca de la actividad de las fábricas implicadas para comprobar fehacientemente este dato. Sin embargo, no parece imprescindible hacerlo, puesto que los tres operadores cuentan con posibilidades, admitidas por ellos mismos, de aumentar su producción de forma proporcional, y todos ellos estarían en posición de reaccionar a los incrementos de producción del competidor. Aunque ello resulta algo contradictorio con las afirmaciones que sostienen en relación con el estancamiento de la demanda y el escaso tamaño del mercado español (400 millones de pesetas) que constituye la base de estudio en el presente informe.

Existe un factor adicional característico de este producto que es la ausencia total de lealtad a la marca, lo cual incide directamente en la alta volatilidad de la demanda en este mercado y dificulta la explotación de una posible posición dominante. Cualquier

incremento de precios traslada de inmediato la demanda hacia otros fabricantes. Incrementos desorbitados podrán además trasladar la demanda hacia otros tipos de papel alternativos o a la utilización progresiva de nuevas tecnologías que no precisan de papel vegetal.

Considerando estas circunstancias, se puede concluir que, en cuanto a la producción se refiere, a pesar de la alta cuota de mercado que ostentará la empresa resultante de la concentración, no resulta posible que ARJO lleve a cabo incrementos unilaterales de los precios del papel vegetal sin que ello conlleve, o bien una pérdida de cuota de mercado en favor de alguno de sus competidores, o el desplazamiento de la demanda de este producto hacia otro tipo de papel.

En cuanto a la distribución, como ya se ha explicado a lo largo de este informe, ésta se basa en un 80% en el servicio de pedidos puntuales a los clientes, y en la inexistencia de contratos en exclusiva de estos con los productores de papel, lo que les permite cambiar de suministrador rápidamente. En una fase inicial del estudio de esta operación, se detectaron posibles problemas relacionados con la integración vertical en las actividades de producción y distribución de papel vegetal en España por parte del grupo ARJO debido, fundamentalmente, a su condición de propietario de dos distribuidoras (TOMAS REDONDO S.A. y CORPORACIÓN COMERCIAL KANGUROS, S.A.). Sin embargo, un estudio más minucioso de los canales de distribución de este producto en las distintas aplicaciones, así como del esquema de distribución del resto de los competidores, indican lo siguiente:

- 1) CHARTHAM no es propietaria en España de distribuidora alguna, sino que sirve pedidos puntuales a sus clientes (manipuladores, mayoristas y minoristas), con los que no existen contratos en exclusiva.
- 2) La integración vertical se produce en un solo segmento del mercado, el correspondiente a la aplicación de Texto y Cubiertas, el cual representa únicamente el 18% del mercado total del papel vegetal en España (88 millones de pesetas). En esta aplicación el empleo de papel vegetal puede ser fácilmente sustituido por el de otros materiales, ya que se trata de un material de lujo cuyo objeto es adornar o mejorar el aspecto de material publicitario. En el resto de las aplicaciones, todos los productores venden directamente a minoristas y mayoristas, sin contratos de exclusiva.

El anuncio llevado a cabo recientemente por ARJO de desprenderse de sus filiales de distribución (ver apartado 5 de este Informe), agrupadas bajo la empresa ANTALIS, de reciente creación, mediante su salida a bolsa, ha terminado de despejar las dudas que el Tribunal pudiera plantearse en este tema.

En los informes de concentración se suele investigar el grado de contestabilidad que presenta el mercado de referencia, particularmente cuando la estructura de dicho

mercado refleja la existencia de un grado de concentración de la oferta del que quepa sospechar la existencia de cierto poder de monopolio. En el caso que nos ocupa, no se da esta estructura, dado que tanto a nivel mundial como a nivel europeo existen varios operadores. Aunque se trate de un número reducido de estos, el análisis de mercado indica la existencia de una fuerte competencia entre ellos.

7. ELEMENTOS QUE PODRÍAN CONTRARRESTAR LOS EFECTOS NEGATIVOS DE LA OPERACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA

La operación de concentración analizada afecta a un mercado tradicionalmente muy concentrado, e implica el cambio de titularidad en la propiedad de una empresa independiente por medio del cual pasa a formar parte de uno de los primeros grupos papeleros mundiales. La operación aportará, sin duda, ventajas a ARJO, en forma de sinergias técnicas en materia de instalaciones y equipamientos, así como de aprovechamiento de las redes comerciales de ambas en España y en el resto del mundo pero no parece que vayan a derivarse de esta operación ventajas significativas para los consumidores, suministradores ni clientes.

8. CONCLUSIONES

Primera El mercado afectado por la operación de concentración económica objeto del presente Informe es el de la producción y distribución de papel vegetal. El mercado geográfico afectado por esta operación podría decirse que tiene dimensión europea en lo que se refiere a producción de papel vegetal, y nacional en cuanto a la faceta de la distribución.

Segunda Se trata de un mercado altamente concentrado, tanto en España como en el resto de Europa, y en el que ARJO pasará a ostentar una cuota aproximada del 75%, tras la adquisición del 23% de cuota de mercado español correspondiente a CHARTHAM. Sin embargo, el hecho de que se trate de un mercado maduro donde la demanda se encuentra en fase de estancamiento en toda Europa; con los precios registrando una leve pero continuada tendencia a la baja durante los últimos cinco años, fruto de la competencia entre empresas y de la existencia de nuevos productos alternativos a base de papel en algunas de sus aplicaciones, y de la utilización cada vez mayor de nuevas tecnologías (CAD, fotocopadoras, impresoras, entre otras) ; hacen que, a pesar de que desaparece un suministrador independiente, continúen dándose los supuestos necesarios para que siga existiendo una fuerte competencia en el mercado entre los tres fabricantes que permanecen en el mismo.

- Tercera** El exceso de capacidad productiva de los tres operadores más importantes en el mercado definido como de referencia es otro factor importante que, unido al pequeño tamaño del mismo y a la tendencia a la baja de los precios y de la demanda en los últimos años, explica el hecho de que no se haya dado entrada alguna de nuevos operadores en el mismo durante los últimos años.
- Cuarta.** La mayor parte de la distribución se lleva a cabo a través de ventas directas de los productores a mayoristas y minoristas, sin que se den contratos en exclusiva. La posible existencia de peligro para la competencia en el mercado derivada de la integración vertical entre las actividades de producción y distribución de las empresas del grupo ARJO en España ha quedado descartada debido, en primer lugar, a que afecta a una parte relativamente pequeña y prescindible del mismo (18% del mercado); y, en segundo lugar, al proyecto de ARJO de segregar y sacar a bolsa la parte de su actividad dedicada a la distribución de sus productos durante el tercer trimestre del año 2000.

Por cuanto antecede, el Tribunal de Defensa de la Competencia, dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 17 de la LDC, ha acordado remitir al Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo de Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda para su elevación al Gobierno el siguiente

DICTAMEN

El Pleno del Tribunal, teniendo en cuenta los efectos que sobre la competencia en el mercado de referencia podría causar la operación de concentración económica objeto del presente informe, considera que resulta adecuado declarar procedente la operación notificada

Madrid, a 23 de marzo de 2000