



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 250 J. W. CHILDS ASSOCIATES, L.P. / ESSELTE AB

Con fecha 27 de mayo de 2002 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de toma de control de la totalidad de ESSELTE AB por parte de J.W. CHILDS ASSOCIATES, L.P.(JWC), a través de una oferta pública de adquisición.

Dicha notificación ha sido realizada por JWC según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 a). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **27 de junio de 2002** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de la empresa JWC de la totalidad del Grupo ESSELTE, mediante la formulación de una oferta pública de adquisición de acciones. La oferta se va a efectuar a través de una filial sueca al 100% de JWC denominada JWCA.



La operación ha sido notificada simultáneamente a las autoridades de Defensa de la Competencia de Finlandia, Polonia, Alemania, República Checa, Portugal, Austria, Italia, Brasil, Turquía y Estados Unidos.

La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de España.

II. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificación, la operación J.W. CHILDS ASSOCIATES, L.P. / ESSELTE AB no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento (CEE) nº 1310/97, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su Artículo 1.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) de la misma.

III. EMPRESAS PARTÍCIDES

III.1. Adquirente: “J.W. CHILDS ASSOCIATES, L.P.” (JWC)

JWC es una sociedad de inversiones americana especializada en compras apalancadas y recapitalizaciones de empresas en crecimiento del mercado intermedio, es decir aquellas con un valor total aproximado de entre 162,81 millones de euros y 651,25 millones de euros.

JWC concentra su actividad en inversiones de bienes de consumo, productos de higiene personal y de alimentación como NutraSweet y American Safety Razor Company.

En la actualidad JWC gestiona más de 3,7 billones de euros de capital privado de instituciones financieras líderes, fondos de pensiones, compañías de seguros y fundaciones universitarias.

Las empresas operativas pertenecientes a la cartera de compañías de JWC con ventas y actividades en España son las siguientes:

- The NutraSweet Company, dedicada a la fabricación de edulcorantes de gran intensidad y de aspartamo.
- Hartz Mountain Corporation, fabricante y distribuidor de productos para mascotas para las marcas Hartz, Wardley y L/M Animal Farms.
- Pan Am International Flight Academy, Inc, suministra servicios de entrenamiento de simulación aérea a pilotos de aviación.



- American Safety Razor Company, dedicada a la fabricación de bienes de consumo de cuidado personal como navajas de afeitarse y cuchillas, algodón y productos para el cuidado de los pies y pastillas de jabón.

La facturación de JWC en los tres últimos ejercicios económicos es la siguiente:

Volumen de ventas de JWC (Millones euros)			
	1999	2000	2001
Mundial ¹	n.d.	n.d.	4.992,9
Unión Europea	[<250] ²	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]
Fuente: Notificación.			

III.2 Adquirida: “ESSELTE AKTIEBOLAG” (ESSELTE AB)

ESSELTE AB es una sociedad sueca que fabrica material de oficina y que cuenta con filiales en 26 países. Su filial en España se llama Esselte S.A.

Las principales marcas de ESSELTE AB son: *Pendaflex*, *Petrus*, *DYMO*, *Leitz* y *Esselte*. ESSELTE AB comercializa sus productos bajo cuatro líneas de producto:

- Clasificadores/archivadores
- Sistemas de identificación y etiquetado
- Lugar de trabajo o “workspace”
- Otros productos (accesorios para PC, sistemas de encuadernación, suministros para la impresión, etc)

Esselte, S.A., la filial española del grupo con sede en Barcelona, está activa en los cuatro segmentos mencionados. Sus principales marcas son: *Esselte* (archivos), *DYMO* (sistemas de identificación y etiquetado), *Petrus* (puesto de trabajo o “workspace”), *Leitz* (archivo y puesto de trabajo o “workspace”), *Curtis* (accesorios para PC), *Dataline* (suministros para la impresión) y *Pendaflex* (archivo).

¹ JWC no dispone de información relativa a los ejercicios 1999 y 2000. Debe entenderse, según la notificación, que los volúmenes de negocio mundiales para esos años no difieren sustancialmente del alcanzado en el ejercicio 2001.

² Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.



La facturación del Grupo ESSELTE AB en los tres últimos ejercicios económicos es la siguiente:

Volumen de ventas del Grupo ESSELTE AB (millones de euros)			
	1999	2000	2001
Mundial	1.272	1.319	1.175
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]
Fuente: Notificación			

IV. MERCADOS RELEVANTES

IV.1. Mercado de producto

La operación notificada afecta al sector de la fabricación y venta a distribuidores de material de oficina.

Esselte AB centra su actividad en cuatro líneas de producto:

1.- Archivo y clasificación:

Recoge una amplia gama de productos para organizar, controlar, almacenar y archivar documentos en papel. Incluye carpetas de anillas, índices, fundas de plástico, archivadores en acordeón y carpetas de fundas. Las principales marcas de Esselte AB en este mercado son *Leitz* y *Esselte*. Otras marcas son *Bene* en Austria, *Oxford* en Italia y *Jopa* en Suecia.

2.- Sistemas de identificación y etiquetado:

Este segmento engloba los sistemas de etiquetado en general. Todos los productos de esta línea son comercializados bajo la marca *DYMO*. La línea *DYMO* se compone de dos sub-segmentos:

- *Label Makers*: Se trata de pequeñas impresoras electrónicas y portátiles que imprimen información en una cinta reducida de plástico con ayuda de un teclado.
- *Label Writer*: Se trata de pequeñas impresoras utilizadas en combinación con los ordenadores personales. La aplicación más común es la producción de etiquetas para consignar las direcciones en los sobres de correos.

3- Puesto de trabajo o "workspace":

Esta línea de productos incluye grapadoras y perforadoras destinadas a preparar el papel para ser clasificado y archivado, bandejas de plástico para documentación, cajones, cajas para archivar, recipientes para lápices y papeleras.



La línea de productos para el puesto de trabajo se comercializa bajo las marcas *Esselte* y *Leitz* y la marca *Petrus* en España para grapadoras y perforadoras. Las ventas se concentran básicamente en los mercados europeos, Australia y Nueva Zelanda.

Esselte cuenta con una cuota en España en este segmento de un 30-35%, que corresponde mayoritariamente a grapadoras y perforadoras, productos más caros que otros de los incluidos en este segmento como recipientes para lápices, cajas de archivo o papeleras.

4- Otros productos:

Esselte comercializa también los siguientes productos:

- *Benson*: Se trata de una amplia gama de dispositivos para la encuadernación con canutillos y archivadores de anillas.
- *Curtis*: Son accesorios para computadoras.
- *Dataline*: Son productos para las impresoras.

Dado que los principales clientes compran habitualmente gamas enteras de producto, se considera como mercado relevante el de la fabricación y venta de material de oficina. Aunque no es preciso determinar si existen mercados de producto diferenciados más estrechos dado que la operación no plantea problemas desde el punto de vista de la competencia sea cual sea la definición adoptada, se analizará en relación con los cuatro segmentos o sub-mercados considerados en la notificación dado que, en todo caso, agrupan productos no sustitutivos desde el punto de vista de la demanda y los operadores principales no son coincidentes, lo cual apunta a escasa sustituibilidad desde la perspectiva de la oferta.

IV. 2. Mercado geográfico

Se considera que el mercado geográfico relevante afectado por la operación notificada es de dimensión europea, dado que la mayoría de los fabricantes en los segmentos mencionados venden en todo el territorio de la Comunidad.

En algunos segmentos se puede incluso considerar que la dimensión del mercado es mundial, como lo demuestra el hecho de que Esselte fabrica sus productos de la marca DYMO en China, sus competidores Casio y Brother fabrican en Japón y Avery Dennission Corporation lo hace en Estado Unidos, además de las significativas importaciones de producto sin marca procedentes de China.

En conclusión, el mercado de la fabricación y venta a distribuidores de material de oficina tiene dimensión, como mínimo, europea y con una fuerte tendencia a la mundialización. No obstante, se analizará la operación desde la perspectiva de sus efectos sobre el mercado nacional.



V. ANÁLISIS DEL MERCADO

V.1. Estructura de la oferta

El mercado de los suministros de oficina se caracteriza, desde el punto de vista de la oferta, por ser altamente competitivo. En los cuatro segmentos identificados existe multitud de fabricantes de cada producto y de cada gama.

Según los notificantes, la estimación del tamaño total (en valor) del mercado en 2001 es la siguiente:

MERCADO DE MATERIAL DE OFICINA en 2001			
- millones de euros-			
Segmentos	Mundial	Europeo	Español
Archivo y clasificación		1.515	60
Etiquetado	541,12		80
Lugar de trabajo o "workspace"		270	40
Otros productos			250
Fuente: Notificación			

En los siguientes cuadros se facilita la estructura de mercado en España por submercados o segmentos:

ESTRUCTURA DE LA OFERTA DEL SEGMENTO DE CLASIFICADORES-ARCHIVADORES EN 2001	
-cuotas en % -	
Esselte	15-20
Unipapel	30-35
Grafoplas	15-20
Escudero	5-10
Dohe	5-10
Otros	10-20
Fuente: Notificación	

ESTRUCTURA DE LA OFERTA DEL SEGMENTO DE SISTEMAS DE IDENTIFICACIÓN Y ETIQUETADO EN 2001	
-Cuotas en % -	
Esselte	10-15
Apli	45-50
Avery Dennison Corporation (USA)	20-25
Brother	0-5
Casio	0-5
Otros	10-15
Fuente: Notificación	



ESTRUCTURA DE LA OFERTA DEL SEGMENTO DEL LUGAR DE TRABAJO O "WORKSPACE" EN 2001	
- cuotas en % -	
Esselte	30-35
Archivo 2000	5-10
El Casco	5-10
Unipapel	5-10
KWH	5-10
Novus	0-5
Makro-papel	0-5
Eldon	0-5
Otros	35-40
Fuente: Notificación	

Dentro del segmento "otros productos", la cuota de Esselte en España en 2001 fue del 0-5%. Debido a la escasa relevancia de este segmento en el negocio de Esselte, los notificantes no disponen datos sobre las cuotas de sus competidores, entre los cuales se encuentran: Hewlett-Packard, IBM, OEM's, Rubbermaid, etc.

V.2. Estructura de la demanda

Por lo que se refiere a la demanda, los principales clientes de Esselte son distribuidores que realizan compras de la gama completa de los productos de material de oficina ofertados por la empresa o de las líneas enteras de los productos.

En este mercado la demanda está altamente fragmentada aunque no cabe descartar que los principales clientes dispongan de poder de negociación.

V.3. Estructura de la distribución

La totalidad de las ventas de Esselte AB a sus clientes españoles son llevadas a cabo por Esselte S.A., que no se dedica a la distribución de material de oficina sino que vende sus productos a distribuidores como suministradores integrales de oficinas, mayoristas, detallistas, grandes superficies, venta por catálogo y otros canales de suministro de oficinas.

V.4. Determinación de precios y otras condiciones comerciales

De acuerdo con la notificante, en los últimos cinco años, los precios en el mercado de los materiales para oficina se han estancado e incluso debido a la fuerte competencia se han visto reducidos. Esselte vende productos de marca con precios ligeramente más elevados que la media del mercado.

V.5. Competencia potencial - Barreras a la entrada

De acuerdo con la notificación, no existen en este mercado limitaciones significativas a la competencia o a la entrada de nuevos competidores en el mercado. No existen limitaciones derivadas de la existencia de barreras arancelarias o no arancelarias ni limitaciones significativas relacionadas con los factores de producción.



VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

VI.1. Posición en el mercado

JWC no se halla presente en el mercado del material de oficina, ni a nivel mundial ni a nivel europeo ni en España, así como tampoco en mercados relacionados horizontal o verticalmente.

Por consiguiente, en el marco de la presente operación, las actividades de las partes no se hallan relacionadas y no se produce alteración de la estructura competitiva de los mercados analizados.

VI.2. Competencia actual – competencia potencial - Barreras de entrada

Tanto en el mercado del material de oficina en su conjunto como dentro de los diferentes segmentos considerados, Esselte se enfrenta a importantes competidores, en su mayoría de carácter multinacional, como son Unipapel, Grafoplas, Apli Paper, (líder en la fabricación de etiquetas), Archivo 2000, El Casco o Unipapel.

El mercado de los suministros de material de oficina se caracteriza por una fuerte competencia por parte de empresas nacionales e internacionales. Las barreras de entrada son insignificantes y se requieren inversiones relativamente reducidas. Adicionalmente, existen importantes importaciones procedentes de países asiáticos y de Europa del este.

VI.3. Conclusiones

Por tanto, no cabe esperar que la operación pueda resultar en un deterioro de la competencia efectiva en los mercados analizados.

VII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.