

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0902/17 AVIAGEN/HUBBARD

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 17 de octubre de 2017 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de Aviagen Group Holding, Inc. (“AVIAGEN”) de la división de genética avícola para la producción de carne de Hubbard Holding SAS (“HUBBARD”).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por AVIAGEN según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) La fecha límite para la autorización de la operación, en caso de no acordarse el inicio de la segunda fase del procedimiento, es el **17 de noviembre de 2017**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (4) La operación de concentración notificada (la “Operación”), estructurada a través de un Contrato de Compraventa de Acciones (CCA) firmado el 31 de julio de 2017, tiene por objeto la compra por parte de AVIAGEN de la división de genética avícola para la producción de carne de HUBBARD. Concretamente, en virtud del CCA, AVIAGEN adquiere totalidad del capital, y de los derechos financieros y de voto de varias empresas^{1,2} (en adelante, las “Empresas Adquiridas”). La operación no incluye la compra de ninguna entidad o activo sito en España.
- (5) La Operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (6) El Contrato de Compraventa de Acciones (CCA) que ha dado lugar a la concentración de referencia contiene diversas restricciones a la competencia que la notificante considera accesorias a la misma.

Cláusula de no competencia

- (7) El CCA contiene una cláusula de no competencia, con una duración de [**<3**

¹ Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial

² [...]

años] desde el cierre de la operación, por la que el GRUPO GRIMAUD y sus filiales (“la Vendedora”) se comprometen a no entrar, continuar o participar, directa o indirectamente, en ningún negocio que compita con el negocio transferido en los territorios dónde las Empresas Adquiridas lleven a cabo sus actividades en la fecha de cierre.

Cláusula de no captación de recursos humanos o de otro tipo

- (8) Se incluye también una cláusula de no captación, con una duración de [<3 años], según la cual la Vendedora se compromete a no captar, directa o indirectamente, a ningún director clave de las Empresas Adquiridas para que deje su empleo con AVIAGEN (“la Compradora”). Quedan exceptuadas (i) las búsquedas generalizadas mediante publicidad en los medios de comunicación y (ii) las búsquedas realizadas a firmas de búsqueda que tienen instrucciones de captar dichos Directores Clave.
- (9) Además, de acuerdo con la [...], el GRUPO GRIMAUD y sus filiales no deberán acercarse activamente ni captar ningún cliente o comprador de “broilers” durante el mismo periodo.

Valoración

- (10) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*.
- (11) A su vez, la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), considera que *“las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas durante un máximo de tres años cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos. Cuando solo se incluye el fondo de comercio, están justificadas por períodos de hasta dos años.”*
- (12) En relación con el ámbito geográfico en el que se enmarca la cláusula de no competencia, la Comunicación dispone que su ámbito *“debe limitarse a la zona en la que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes del traspaso, toda vez que no es necesario proteger al comprador de la competencia del vendedor en territorios en los que éste no estaba presente”*.
- (13) Del mismo modo, la citada Comunicación señala en relación a los productos que *“las cláusulas inhibitorias de la competencia han de limitarse a los productos (incluidas las versiones mejoradas y las actualizaciones de productos y los modelos sucesivos) y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa traspasadas”*.
- (14) El párrafo 25 de la Comunicación establece que *“las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a adquirir o tener acciones en una empresa que compita con la empresa cedida se considerarán directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en las mismas condiciones que las cláusulas inhibitorias de la competencia, salvo que*

impidan que el vendedor adquiriera o tenga acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora”.

- (15) Sin embargo, la [...] del CCA precisa que las restricciones a la competencia “[...]”.
- (16) En consecuencia, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la citada Comunicación, se considera que en el presente caso, el contenido de la cláusula de no competencia [...] va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, y por tanto no se considera ni accesorio ni necesario para la operación en la medida en que prohíba a la vendedora adquirir o tener participaciones en empresas que compitan con el negocio adquirido para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora, y por tanto, queda sujeta a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas.
- (17) Por otro lado, la Comunicación sobre Restricciones Accesorias establece que *“las cláusulas de no captación y de confidencialidad tienen un efecto comparable al de las cláusulas inhibitorias de la competencia, por lo que se evalúan de forma similar”.*
- (18) En consecuencia, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la citada Comunicación, se considera que, en el presente caso, el contenido de las cláusulas de no captación (de recursos humanos y de clientes) no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada.
- (19) En definitiva, teniendo en cuenta la legislación, así como la citada Comunicación se considera que todas las restricciones a la competencia mencionadas son accesorias y necesarias para la operación de concentración, con la excepción de toda restricción que impida la adquisición o tenencia de acciones en una empresa que compita con la empresa adquirida con fines exclusivamente de inversión financiera que no confiera directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora, lo que va más allá de lo razonable para la consecución de la operación, y no se considera ni necesario ni accesorio, quedando por tanto sujeta, a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

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

- (20) 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, puesto que no alcanza los umbrales de notificación fijados en su artículo 1, apartados 2 y 3.
- (21) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.

V. **EMPRESAS PARTICIPES**

V.1. **AVIAGEN GROUP HOLDING, INC. (AVIAGEN)**

- (22) La sociedad adquirente es AVIAGEN, una empresa estadounidense controlada exclusivamente por EW Group GmbH (el “GRUPO EW”).
- (23) El GRUPO EW es una empresa “holding” que, a través de sus filiales, está presente en el sector de la cría de aves de corral (incluyendo la cría de “broilers”³, gallinas ponedoras y pavos) y de la cría de peces (cría de salmón, tilapia, y trucha arcoíris). Además, el Grupo está presente en el segmento de los: (i) aditivos alimentarios, vacunas agrícolas, y diagnósticos; (ii) huevos sin gérmenes patógenos específicos y huevos para vacunación; y (iii) procesamiento de cereales, procesamiento de huevos, producción de setas, y comercio de setas.
- (24) AVIAGEN se dedica a la producción y comercialización de pollos y pavos reproductores para su venta a los criaderos comerciales y su actividad principal es la producción de razas puras de aves de élite con características genéticas especiales. AVIAGEN vende a sus clientes pollitos de aves reproductoras y no está presente en el negocio de “pollitos de un día” comerciales.
- (25) Las instalaciones de producción de aves reproductoras de AVIAGEN en el EEE están sitas en [...]
- (26) La facturación del GRUPO EW en 2016, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 fue, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL GRUPO EW (euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500.000.000]	[>250.000.000]	[<60.000.000]

Fuente: Notificación

V.2. **HUBBARD HOLDING SAS (HUBBARD)**

- (27) Las Empresas Adquiridas conforman sustancialmente la totalidad de las actividades económicas de HUBBARD, una empresa dedicada a producir y comercializar aves reproductoras. HUBBARD vende pollitos de aves reproductoras a criaderos de aves, no estando presente en el negocio de “pollitos de un día” comerciales.
- (28) Las instalaciones de producción de aves reproductoras de HUBBARD en el EEE están sitas [...].

³ “Broiler” es el término utilizado para referirse a todos los pollos criados para la producción de carne, de acuerdo con el “Estudio sobre la incidencia de la selección genética en el bienestar de los pollos destinados a la producción de carne - Informe Final” (p.6) elaborado por la Comisión Europea en enero de 2013.

- (29) HUBBARD está controlada exclusivamente por Groupe Grimaud (el “GRUPO GRIMAUD”), una multinacional francesa que está presente en el sector de la selección genética y la comercialización de animales reproductores, incluyendo pollos, gallinas ponedoras, cerdos, patos, pintadas, conejos, gambas y pichones. El GRUPO GRIMAUD también suministra productos de bio-farmacia y servicios a la salud humana y animal, tales como vacunas, anticuerpos humanos, proteínas farmacéuticas y sueros, animales sin gérmenes patógenos específicos, cultivos bacterianos y análisis.
- (30) La facturación de las Empresas Adquiridas en 2016, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 fue, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LAS EMPRESAS ADQUIRIDAS (euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500.000.000]	[<250.000.000]	[<60.000.000]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercados de producto

- (31) Los sectores económicos afectados por la operación son el de actividades de apoyo a la ganadería (Código NACE A.01.62) y el sector de la avicultura (Código NACE A.01.47). En concreto, las partes de la operación analizada se dedican al negocio de la genética avícola, suministrando aves reproductoras a criadores de aves.
- (32) La genética avícola es un negocio especializado, fuertemente dependiente de la investigación y desarrollo, en el que líneas específicas de aves son seleccionadas para una mayor y mejor producción de carne. La selección genética identifica las aves de pedigrí (líneas puras) más apropiadas para convertirse en las “madres” de la siguiente generación. Las líneas puras de aves que contribuirán a la siguiente generación son destinadas al proceso de multiplicación tras esta selección.
- (33) La cría de pollos para la producción de carne (“broilers”) es el resultado de cruces en tres etapas. Durante la primera fase, las líneas de aves puras con características reproducibles y económicamente deseables son aisladas y seleccionadas, dando lugar a una generación de aves conocida como las “bisabuelas”. A continuación, las líneas puras son cruzadas y multiplicadas para criar aves, que se conocen como “abuelas”. Finalmente, las “abuelas” son cruzadas y multiplicadas de nuevo para criar una tercera generación de aves conocida como aves reproductoras o “madres”. Las aves reproductoras, que son los descendientes híbridos de al menos cuatro líneas puras

diferentes, son vendidas a criaderos comerciales para su posterior multiplicación.

- (34) El mercado ascendente de genética avícola debe distinguirse del mercado descendente de cría de aves, en el que las empresas AVIAGEN y HUBBARD no están presentes. Los criaderos o plantas incubadoras que operan en este segundo mercado típicamente compran aves reproductoras de empresas de genética avícola y multiplican las líneas cruzadas. Los criadores de aves compran aves reproductoras de los criadores de selección genética cuyas aves satisfacen sus necesidades, a saber, las características de sus productos finales de carne de pollo. Estas aves reproductoras son multiplicadas y una cuarta generación de aves, los “broilers”, es concebida. Los pollos reproductores “broiler” se venden a granjas, se crían y su carne se vende para el consumo masivo.
- (35) Estos mercados han sido analizados con anterioridad tanto por la Comisión Europea (caso M.885 - MERCK / RHÔNE-POULENC - MERAL) como por la extinta CNC (C-0334/11 AVIAGEN/ROSS BREEDERS).
- (36) En el precedente comunitario, la Comisión identificó tres subsectores principales dentro del sector de la genética avícola: (i) la cría de pollos para la producción de carne; (ii) la cría de pollos para la producción de huevos; y (iii) la cría de pavos para la producción de carne. Pese a que la Comisión concluyó que cada uno de estos tres sectores tenía sus especificidades⁴, finalmente dejó abierta la definición exacta del mercado de producto.
- (37) Por su parte, la extinta CNC, sobre la base de un precedente anterior⁵, definió cinco mercados relevantes: (i) producción y venta de aves de selección genética; (ii) producción y venta de aves “madres” o reproductoras; (iii) producción y venta de huevos de incubación; (iv) producción y venta de “pollito de un día”; y (v) venta de pollos vivos “broiler”. La CNC constató que las “bisabuelas” y las “abuelas” eran suministradas de forma casi exclusivamente de forma interna dentro de las empresas y no eran objeto de compra-venta salvo en casos marginales.
- (38) De acuerdo con la notificante, dentro del sector de producción y venta de aves reproductoras, se debería distinguir a su vez entre dos mercados relevantes: (i) el mercado de aves reproductoras convencionales y (ii) el mercado de aves reproductoras de crecimiento lento⁶. La notificante señala diversos motivos por los que ambos segmentos deben considerarse mercados separados.
- (39) Por el lado de la demanda, se apunta que ambos productos no serían sustitutivos dado que (i) el precio de las aves reproductoras de crecimiento lento es superior al de las aves convencionales de forma sustancial y persistente, (ii) en España, la mayoría de los clientes de aves reproductoras

⁴ Por ejemplo, los pollos criados para la producción de carne deben convertir su alimentación en carne del modo más eficiente posible, mientras que los pollos criados para poner huevos deben transformar los alimentos en huevos.

⁵ Véase el Expediente del extinto Tribunal de Defensa de la Competencia: N-138 NUTRECO/AGROVIC

⁶ El “Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la incidencia de la selección genética en el bienestar de los pollos destinados a la producción de carne” (2016) señala que la mayor parte de la selección genética está orientada a satisfacer la necesidad de aves de crecimiento rápido, que es el sistema de producción predominante en la UE. Mientras que los pollos de crecimiento rápido alcanzan su peso objetivo en un lapso aproximado de treinta y cinco a cuarenta y cinco días, los pollos de crecimiento lento tardarían de setenta a ochenta y un días.

compran o aves reproductoras convencionales, o aves reproductoras de crecimiento lento⁷, y (iii) desde la perspectiva del consumidor final, los pollos de crecimiento lento y los pollos convencionales constituyen mercados de producto distintos por diversas razones (por ejemplo, diferencias de sabor, cuestiones de salud, o consideraciones medioambientales).

- (40) Por el lado de la oferta, la notificante destaca los siguientes argumentos para apoyar la ausencia de sustitución entre ambos productos: (i) el suministro de aves reproductoras de crecimiento lento requiere un know-how específico y complejo, (ii) los costes de producir pollos de crecimiento lento son superiores a los costes de producción de pollos convencionales, y (iii) las instalaciones de producción son distintas: mientras que los pollos convencionales generalmente están confinados en sistemas cerrados y controlados, con suministro automatizado de pienso y agua, los pollos de crecimiento lento habitualmente se crían en un corral con bajas densidades de población y acceso permanente a un área al aire libre.
- (41) El segmento de producción y suministro de aves reproductoras de crecimiento lento es en el que estaría presente la adquirida, HUBBARD, sin que esté presente la adquirente en España. Se trata de un segmento de todavía escaso tamaño si lo comparamos con el de pollos reproductores convencionales: de acuerdo con los datos aportados por la notificante, en 2016, el valor de las ventas de aves reproductoras de crecimiento lento supuso algo más del 10% del valor de las ventas totales de aves reproductoras en el EEE.
- (42) Sin embargo, no todo apunta hacia la existencia de dos mercados de producto relevantes. En particular, los precedentes antes mencionados no hacen ninguna referencia al segmento de los pollos de crecimiento lento⁸ y, además, en el caso de una hipotética segmentación del mercado de producción y suministro de aves reproductoras, no se podría asegurar, sin realizar un análisis en mayor profundidad, que solo hubiese dos sub-mercados⁹.
- (43) En consecuencia, a efectos de la presente operación se analizarán el mercado de producción y suministro de aves reproductoras en general, así como los segmentos estrechos de (i) aves reproductoras convencionales y (ii) aves reproductoras de crecimiento lento.

VI.2 Mercados geográficos

- (44) Mientras que en AVIAGEN/ROSS BREEDERS, la CNC no analizó en detalle

⁷ Según la notificante, en España menos del 25% de los compradores de aves reproductoras compran tanto aves convencionales como aves de crecimiento lento. En cualquier caso, se señala también que, generalmente, este tipo de clientes tiene centros de producción separados para pollos de crecimiento lento y pollos convencionales, y gestiona ambos negocios de forma separada.

⁸ Si bien es cierto que una posible explicación para ello es la relativa novedad de dicho segmento y su (todavía) escaso tamaño si lo comparamos con el de pollos reproductores convencionales: de acuerdo con los datos aportados por la notificante, en 2016, el valor de las ventas de aves reproductoras de crecimiento lento supuso algo más del 10% del valor de las ventas totales de aves reproductoras en el EEE.

⁹ En el "Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la incidencia de la selección genética en el bienestar de los pollos destinados a la producción de carne" (2016) se establece que, además de la producción de pollos de crecimiento rápido y de crecimiento lento, existe una producción de pollos de carne certificados, en la que los pollos de carne de crecimiento lento se mantienen en interiores hasta que cumplen cincuenta y seis días, a modo de producción intermedia entre la producción regular y la ecológica.

el alcance del mercado geográfico de suministro de aves reproductoras, en el caso M.885 - MERCK / RHÔNE-POULENC - Merial, las partes notificantes indicaron que el mercado de la genética avícola superaba el ámbito nacional por varias razones, entre las que se encuentran: (i) costes de transporte bajos (por lo menos en Europa) dado que los “pollitos de un día” (el estado en que las aves se suelen transportar) pueden sobrevivir hasta tres días, (ii) los precios en toda Europa son comparables, y (iii) la carga regulatoria es mucho menor que para los productos de salud animal. La investigación de mercado llevada a cabo por la Comisión confirmó en gran parte el análisis de las partes y la Comisión concluyó que el mercado geográfico relevante abarcaba como mínimo el EEE.

- (45) En la presente operación, la notificante señala que el ámbito geográfico es mayor para la producción y suministro de aves reproductoras convencionales que para las aves reproductoras de crecimiento lento, que sería de ámbito nacional, debido a que requiere de un know-how y una organización específicos, que suponen la modificación con cierta frecuencia de la producción para cumplir con los estándares y certificaciones de las industrias nacionales y de ONGs u organizaciones protectoras de los animales, a pesar de que la misma notificante asume que todas las ventas de HUBBARD en relación con el segmento de aves reproductoras de crecimiento lento proceden.
- (46) A efectos de la presente operación, se analizarán los efectos de la operación en aquellos mercados en los que se alcancen cuotas conjuntas o individuales, superiores al 15%, tanto en el ámbito europeo (EEE) como en el nacional, analizándose por tanto el: (i) Mercado español de producción y suministro de aves reproductoras (ii) Mercado español de producción y suministro de aves reproductoras de crecimiento lento, (iii) Mercado español de producción y suministro de aves reproductoras convencionales, (iv) Mercado europeo (EEE) de producción y suministro de aves reproductoras (v) Mercado europeo (EEE) de producción y suministro de aves reproductoras de crecimiento lento, (vi) Mercado europeo (EEE) de producción y suministro de aves reproductoras convencionales.
- (47) Además, cabe señalar que las partes no alcanzan una cuota individual o combinada del 25% en ningún mercado de producto verticalmente relacionado con los mercados en que la otra parte opera.

VII. Análisis del mercado

VII.1. Estructura de la oferta

- (48) En las siguientes tablas se muestran las cuotas de mercado de los mercados amplios y los segmentos más estrechos de producción y suministro de aves reproductoras anteriormente mencionados.

Mercado español de producción y suministro de aves reproductoras						
	2014		2015		2016	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
AVIAGEN	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
HUBBARD	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Combinada	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
COBB	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
SASSO	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Otros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

Mercado español de producción y suministro de aves reproductoras de crecimiento lento						
	2014		2015		2016	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
AVIAGEN	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	0%	0%
HUBBARD	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
Combinada	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
SASSO	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
Otros	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

Mercado español de producción y suministro de aves reproductoras convencionales						
	2014		2015		2016	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
AVIAGEN	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
HUBBARD	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	0%	0%
Combinada	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
COBB	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

Mercado europeo (EEE) de producción y suministro de aves reproductoras						
	2014		2015		2016	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
AVIAGEN	[60-70]%	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%
HUBBARD	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Combinada	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%
COBB	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
SASSO	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Otros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

Mercado europeo (EEE) de producción y suministro de aves reproductoras de crecimiento lento						
	2014		2015		2016	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
AVIAGEN	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HUBBARD	[60-70]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%
SASSO	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
Otros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

Mercado europeo (EEE) de producción y suministro de aves reproductoras convencionales						
	2014		2015		2016	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
AVIAGEN	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%
HUBBARD	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Combinada	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%
COBB	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
Otros	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificación

- (49) Puede observarse que, bajo cualquiera de las posibles definiciones de mercado, la adición de cuota, ya sea de partida o adquirida, no supera el [0-10]%. En el caso concreto de España, la adición de cuota no supera el [0-10]% bajo ninguna de las definiciones de mercado de producto posibles, siendo además la cifra de negocios de la adquirida inferior a [...]. Por otro lado, si consideráramos una posible segmentación del mercado, las Partes no se solaparían en España, ni en el suministro de aves reproductoras convencionales (segmento en el que solo opera AVIAGEN), ni en el suministro de aves reproductoras de crecimiento lento (solo opera HUBBARD).
- (50) Los principales proveedores en el segmento de aves reproductoras de crecimiento lento son HUBBARD y SASSO, mientras que en el segmento de aves reproductoras convencionales son AVIAGEN y COBB
- (51) SASSO¹⁰ es una empresa de origen francés especializada en la selección genética de pollos reproductores de crecimiento lento y controlada por Hendrix Genetics BV¹¹ (“HENDRIX”), una multinacional presente en el sector de la selección genética de pollos, pavos, truchas y salmones, entre otras razas.
- (52) Por su parte, COBB es una multinacional de origen estadounidense dedicada al desarrollo, la producción y la venta de aves reproductoras. En España, distribuye sus aves reproductoras convencionales a través de Cobb Española S.A. Además, COBB mantiene una alianza comercial estratégica con SASSO, por la cual ambos comercializan una variedad de pollos de crecimiento más lento denominados “CobbSasso”¹². A su vez, COBB mantiene una alianza estratégica en I+D con HENDRIX desde el año 2008, habiéndose firmado desde entonces tres acuerdos consecutivos para realizar actividades de I+D de forma conjunta en el mercado de la genética avícola¹³.
- (53) Además, el mercado de crecimiento lento, se caracteriza también por la presencia de otros pequeños productores de aves reproductoras (denominados productores “caseros” o “backyard breeders”), que crean sus propias estirpes basándose en razas tradicionales, o en descendientes de ejemplares comerciales de crecimiento lento.
- (54) Respecto a los canales de distribución, según la notificante, las Partes venden sus aves reproductoras en España y en el EEE directamente a sus clientes¹⁴, mientras que otros competidores distribuyen sus aves reproductoras tanto de forma directa como a través de distribuidores.
- (55) Según las Partes, no existen restricciones de capacidad en el mercado, dado que los principales proveedores de aves reproductoras tienen una red de instalaciones de producción y plantas incubadoras en toda Europa y/o a

¹⁰ www.sasso.fr/home.html

¹¹ www.hendrix-genetics.com/en

¹² Esos pollos son el resultado del cruce de un macho COBB y una gallina SASSO. Véase “cobb-vantress.com/products/cobb-sasso” o “www.sasso.fr/best-meat-chickens-cobb-sasso-coloured-breed-for-traditional-poultry-farming.html”

¹³ <http://seleccionesavicolas.com/avicultura/2015/11/acuerdo-de-colaboracion-cobb-vantress-y-hendrix-genetics-para-proyectos-conjuntos-del-i-d>.

¹⁴ No obstante, hay ciertas excepciones puesto que AVIAGEN vende aves reproductoras a un distribuidor en Irlanda y HUBBARD vende aves de crecimiento convencional a otro distribuidor en Estonia, Lituania y Letonia.

escala global y podrían satisfacer los cambios en la demanda a corto plazo a través de dicha red, en la medida en que la capacidad local no fuera suficiente. Esto se debe a que tanto los pollitos como los huevos para incubar pueden ser suministrados desde diferentes localizaciones, siendo los costes de transporte reducidos. De hecho COBB habría estado ampliando su capacidad de producción en los últimos años.¹⁵

- (56) Las Partes también aportan datos según los cuales la tasa de utilización de la capacidad productiva de AVIAGEN en España sería superior al [90-100]%, mientras que la tasa de utilización de la capacidad de HUBBARD habría disminuido en los últimos años como consecuencia de su cada vez menor demanda. Esto se explicaría en parte por la menor competitividad de las aves reproductoras convencionales de HUBBARD en comparación con la de sus principales competidores, de modo que desde el año 2015 la empresa ya no realiza ventas en este segmento en el mercado español.

VII.2. Estructura de la demanda

- (57) Los suministradores de aves reproductoras venden a clientes de diferentes tamaños y, de acuerdo con la notificante, muchos clientes son empresas comercializadoras avícolas sofisticadas y de gran tamaño¹⁶ (es decir, productores que multiplican las estirpes cruzadas y frecuentemente están integrados verticalmente a lo largo de la cadena de valor, en la producción de “broilers”, su sacrificio y posterior transformación y la comercialización de carne). Estos grandes clientes ejercen un importante poder compensatorio, que pueden limitar los intentos de aumentar los precios o rebajar la calidad por parte de los proveedores.
- (58) La notificante señala que no existe una fidelidad a la marca apreciable en los mercados analizados porque los clientes tienden a escoger los productos basándose fundamentalmente en aspectos determinantes de la competitividad de los mismos (por ejemplo, la tasa de conversión alimenticia, la proporción de carne de pechuga, la eficacia reproductora o la tasa de mortalidad).
- (59) El precio desempeña un papel importante para los consumidores finales, que compran carne de pollo para su consumo. En cambio, las partes señalan que los clientes que adquieren aves reproductoras normalmente optan por el mejor producto disponible incluso cuando existen diferencias de precio considerables. Esto implica que un competidor podría expandirse y ganar rápidamente cuota de mercado si consigue desarrollar un mejor producto en un momento determinado.
- (60) Según las Partes, los contratos de suministro son del tipo “spot” y por tanto a corto plazo, negociados de forma bilateral y caso por caso. Dichos contratos no están sujetos a cláusulas de exclusividad. No hay costes de cambio salvo por la necesaria familiarización con las guías e instrucciones del producto, que cubren aspectos básicos como el suministro de alimento. Un cliente puede

¹⁵ <http://seleccionesavicolas.com/avicultura/2015/07/la-inversion-de-cobb-en-espana-a-buen-ritmo>

¹⁶ De acuerdo con la información aportada por la notificante, en España, los cuatro mayores clientes de AVIAGEN en representan el [...] de sus ventas totales, mientras que todas las ventas de HUBBARD se reparten entre cuatro clientes.

cambiar fácilmente de producto sin cambios técnicos en sus instalaciones o equipamiento.

- (61) Los servicios post-venta proporcionados por las empresas del sector se limitan a proporcionar determinadas orientaciones e instrucciones para los criadores, y a veces al soporte técnico básico. En particular, se tratan cuestiones básicas como, por ejemplo, las normas de suministro alimenticio a las aves, su ritmo de crecimiento, el periodo de cría, la luz adecuada, la cantidad de pienso suministrada, la gestión sanitaria o fórmulas de alimentación.

VII.3. Precios

- (62) De acuerdo con la notificante, los factores más importantes que determinan el precio de las aves reproductoras son la inversión en I+D, el precio de los insumos (tales como pienso, vacunas, costes laborales, costes de incubación o amortización del capital), los costes de transporte. En la medida en que varios de estos costes son fijos, cuanto mayor sea el volumen de producción, menores serán los costes unitarios y, por tanto, los precios finales que puedan fijarse.
- (63) El precio medio de venta de las aves reproductoras convencionales de AVIAGEN en 2016 fue de [...] por pollito. AVIAGEN estima que este precio es alrededor de un [...] al de sus competidores, por el mejor desempeño biológico de sus pollitos en comparación con otras razas.
- (64) HUBBARD sólo vende aves reproductoras de crecimiento lento en España y sus precios son similares a los de SASSO, según la notificante. Las aves de crecimiento lento tienen un precio superior a las de crecimiento convencional¹⁷ dados los mayores costes de producción, derivados de volúmenes de producción inferiores y de una menor ratio de utilización media de las aves reproductoras “abuelas”.
- (65) Las Partes señalan que el impacto de la genética avícola en los precios finales al consumidor es muy limitado. En concreto, estiman que, del total del precio final al consumidor por pollo, el suministro de aves reproductoras representa menos del 1% del precio final total.

VII.4. Barreras a la entrada

- (66) En el precedente C-0334/11 AVIAGEN/ROSS BREEDERS, la CNC estableció que no existían especiales barreras a la entrada en el mercado, algo que reitera la notificante de la presente operación, en la medida en que no existen restricciones a las importaciones de aves reproductoras o huevos incubados desde otros países del EEE, no hay restricciones de acceso a los factores de producción, las aves son una mercancía de fácil transporte y los productos no están protegidos por patentes u otros derechos de propiedad intelectual.
- (67) No obstante, sí pueden identificarse algunas barreras de entrada en dicho mercado, como por ejemplo: (i) normas sanitarias y estándares que afectan a la producción y distribución de aves reproductoras, especialmente a las de

¹⁷ Aproximadamente [...] más por pollito, según la notificante.

crecimiento lento¹⁸, (ii) restricciones a las importaciones si se considera que el país de exportación no es seguro desde el punto de vista sanitario¹⁹, y (iii) las características genéticas específicas de los distintos tipos de aves, desarrolladas a lo largo de los años por las empresas de selección genética, en parte como resultado de fuertes inversiones en I+D.

- (68) Las actividades de Investigación y Desarrollo (I+D) son un elemento clave para que las empresas que operan en el sector de la genética avícola puedan mantener su competitividad en el largo plazo. Por ello, los criadores primarios como AVIAGEN estarían constantemente tratando de mejorar las características de sus productos (por ejemplo, para que sus aves reproductoras alcancen la madurez más pronto, tengan un mayor contenido de carne, sean más resistentes a las enfermedades y/o tengan otras características que las hagan adecuadas para los mercados particulares en las que sean vendidas) e invirtiendo en nuevas tecnologías²⁰. El presupuesto anual de AVIAGEN en I+D equivale a en torno al [...] de su facturación, mientras que en el caso de HUBBARD, supondría alrededor del [...] de su facturación anual. Por otro lado, como se ha mencionado anteriormente, existirían alianzas estratégicas en esta materia entre competidores de las Partes (HENDRIX y COBB) desde 2008.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (69) La operación consiste en la compra por parte de AVIAGEN de la división de genética avícola para la producción de carne de HUBBARD.
- (70) El sector económico afectado por la operación es el de la genética avícola, en concreto, el suministro de aves reproductoras a criadores de aves.
- (71) La concentración analizada implica una reducción del número de empresas en un mercado que presenta de partida un elevado grado de concentración. Sin embargo, la probabilidad de que como consecuencia de la operación se generen efectos anticompetitivos, se ve limitada por diversos motivos.
- (72) En primer lugar, bajo cualquiera de las posibles definiciones de mercado, la adición de cuota, ya sea de partida o adquirida, no supera el [0-10]% (en España, no supera el [0-10]%, siendo la cifra de negocios de la adquirida inferior a [...], en un segmento, el de crecimiento lento, cuya dimensión total es inferior a [...]). Si consideráramos una posible segmentación del mercado, las Partes no se solaparían en España, ni en el suministro de aves reproductoras convencionales (segmento en el que solo opera AVIAGEN), ni en el suministro de aves reproductoras de crecimiento lento (solo opera

¹⁸ En el segmento de crecimiento rápido, las normas son las mismas en todo el EEE, y por lo tanto no suponen una barrera a la exportación a otros países del EEE. En cambio, en el caso de las aves reproductoras de crecimiento lento, la notificante señala que con frecuencia los suministradores deben modificar su producción para satisfacer los estándares específicos de industrias nacionales o de ONGs u organizaciones protectoras de los animales. En España, las certificaciones y estándares se basan en las necesidades o requisitos específicos de los clientes de aves reproductoras, mientras que en algunos países hay organismos de acreditación, como "Beter Leven" en los Países Bajos o "RSPCA Assure" en el Reino Unido.

¹⁹ En ocasiones, las importaciones desde determinados países pueden estar temporalmente prohibidas cuando se propaga una enfermedad en el país de exportación, como muestran los recientes brotes de gripe aviar.

²⁰ Aproximadamente [...] más por pollito, según la notificante.

HUBBARD).

- (73) En segundo lugar, la importancia de la innovación en el mercado analizado dificulta la coordinación entre las empresas restantes tras la operación, dado que las innovaciones, y en particular las trascendentes, pueden permitir que una empresa obtenga una ventaja sustancial sobre sus competidores²¹. La relevancia de la innovación en el sector de la genética avícola queda reflejada por el hecho de que existen, como se ha señalado más arriba, alianzas estratégicas para I+D entre empresas competidoras de las partes. La existencia de productos diferenciados (hay una gran variedad de aves reproductoras) dificulta igualmente la coordinación entre los competidores.
- (74) Por otro lado, en el mercado analizado las negociaciones entre los productores y los compradores se producen de forma bilateral, lo que le resta transparencia al mercado y hace que sea más complicado controlar las actuaciones del resto de competidores²².
- (75) Además, el poder compensatorio de los compradores podría generar inestabilidad en una posible la coordinación. En este sentido, la demanda según la notificante tiene un importante poder compensatorio (de acuerdo con la notificante, muchos clientes son empresas comercializadoras avícolas sofisticadas y de gran tamaño²³) y no existe una fidelidad a la marca apreciable. Los contratos de suministro con los clientes son a corto plazo (contratos “spot”) y los costes de cambiar de proveedor son mínimos.
- (76) Cabe considerar también el hecho de que el impacto de la genética avícola en los precios finales al consumidor es muy limitado (las Partes estiman que, del total del precio final al consumidor por pollo, el suministro de aves reproductoras representa aproximadamente menos del 1% del precio final total).
- (77) Por otro lado, no parece probable que tras la operación la empresa resultante tenga ni la capacidad ni el incentivo para excluir a sus competidores, por diversos motivos.
- (78) En primer lugar, tanto AVIAGEN como HUBBARD compiten con grandes empresas como SASSO (HENDRIX) y COBB, las cuales tienen gran presencia internacional y capacidad financiera, y podrían disciplinar en su caso comportamientos anticompetitivos sobre los mercados analizados. De hecho, como ya se ha señalado anteriormente, SASSO (HENDRIX) y COBB tienen un acuerdo de colaboración por el cual COBB, que ya está presente en el mercado de crecimiento rápido, comercializaría los productos de SASSO (crecimiento lento), por lo que la cartera de COBB en cuanto a comercialización abarcaría ambos tipos de producto. Además, la existencia de capacidad de producción en el mercado, limita la posibilidad de que alguno de los principales operadores del mismo reduzca su producción o aumente

²¹ Directrices sobre concentraciones horizontales de la Comisión Europea, apartado 45.

²² Directrices sobre concentraciones horizontales de la Comisión Europea, apartados 49 y 50.

²³ De acuerdo con la información aportada por la notificante, en España, los cuatro mayores clientes de AVIAGEN en representan el [...] de sus ventas totales, mientras que todas las ventas de HUBBARD se reparten entre cuatro clientes.

sus precios de forma significativa.

- (79) En segundo lugar, la notificante señala que una vez ejecutada la operación propuesta, siguiendo lo que es práctica habitual en el mercado, AVIAGEN y HUBBARD se mantendrán separadas y comercializarán las aves reproductoras convencionales y las de crecimiento lento de forma separada²⁴. Cabe señalar que, según la notificante, las Partes nunca han ofrecido paquetes de aves reproductoras convencionales y de crecimiento lento; y no tienen constancia de que ningún productor lo haya hecho alguna vez.
- (80) Por otra parte, cabe tener en cuenta también a la hora de considerar los efectos de la operación, que de acuerdo con la notificante, la operación propuesta consiste en la adquisición de una empresa con dificultades financieras. En concreto, AVIAGEN ha aportado información que muestra que en los últimos años HUBBARD ha ido perdiendo cuota de mercado de forma constante²⁵, una situación que se ha agravado con posterioridad a diciembre de 2015, coincidiendo con el primer brote de Gripe Aviar en Francia. El deterioro de la situación financiera de HUBBARD puede observarse también en la evolución de sus ingresos²⁶, sus beneficios²⁷ y de distintas ratios de solvencia²⁸.
- (81) El deterioro de la situación financiera de la empresa en los últimos años puede atribuirse a factores tanto coyunturales como estructurales. Por un lado, las prohibiciones de exportar que se establecieron en diversos países impactaron muy negativamente en los ingresos de la empresa, impidiéndole compensar los elevados costes fijos a los que hacen frente las empresas del sector analizado. Por otro lado, HUBBARD llevaba varios años perdiendo competitividad, un hecho conocido en el sector²⁹.
- (82) A la vista de lo anterior, no parece que HUBBARD viniera ejerciendo una presión competitiva significativa en el mercado sobre sus competidores con carácter previo a la operación.
- (83) Dejando de lado el hecho de que la concentración puede evitar la salida del segmento de crecimiento lento de un competidor según la notificante, la operación puede generar eficiencias por dos razones. En primer lugar, AVIAGEN puede contribuir a mejorar los programas de cría de HUBBARD y sus productos, compartiendo su tecnología³⁰. En segundo lugar, dado que en la actualidad la capacidad de producción de HUBBARD es significativamente superior a su demanda, la operación permitirá racionalizar la utilización de sus

²⁴ También recogido en la nota de prensa de la operación propuesta, disponible en español en: <http://seleccionesavicolas.com/avicultura/2017/08/aviagen-adquiere-hubbard-breeders>.

²⁵ Las ventas de HUBBARD en el mercado amplio de aves reproductoras en España han pasado de representar un [0-10]% en 2014 tanto en valor como en volumen con unas ventas en valor de alrededor de [...], a un [0-10]5 en 2017 con un valor inferior a [...], mientras que el resto de competidores han ido aumentando sus ventas, al menos en valor.

²⁶ Han caído un [...] entre 2015 y 2016.

²⁷ El EBITDA de HUBBARD pasó de [...] en 2015 [...] en 2016.

²⁸ Por ejemplo, entre finales de 2015 y mediados de 2016, el ratio de apalancamiento (deuda entre recursos propios) de HUBBARD pasó de [...] a [...].

²⁹ Tras un requerimiento de información de esta Dirección de Competencia, uno de los principales competidores de AVIAGEN confirmó la pérdida de cuota de HUBBARD en los últimos años y cómo esta situación le impedía mantener su competitividad.

³⁰ [...].

instalaciones de producción (algo fundamental en una industria con elevados costes fijos) y aumentar, de ese modo, su rentabilidad.

IX. 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.

Asimismo y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, no se considera necesaria ni accesoria la cláusula de no competencia en la medida en que impida la adquisición o tenencia de acciones en una empresa que compita con la empresa adquirida con fines exclusivamente de inversión financiera que no confiera directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora, quedando por tanto dicha restricción sujeta a la normativa sobre acuerdos entre empresas.