



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-06006 MIQUEL ALIMENTACIÓ/PUNTOCASH

Con fecha 20 de enero de 2006, ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa al proyecto de operación de concentración económica consistente en la toma de control exclusivo de PUNTOCASH, S.A. por parte de MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP, S.A.

La notificación ha sido realizada por la sociedad adquirente, según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar los umbrales establecidos en el artículo 14.1 a) y b) de la mencionada norma. 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, el notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía y Hacienda resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 31 de enero de 2006 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada el 9 de febrero de 2005. Asimismo se solicitó informe sobre la citada operación a la Dirección General de Política Comercial.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **1 de marzo de 2006**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP, S.A. del 100% del capital social de PUNTOCASH, S.A. filial del grupo CARREFOUR activa en el sector de la distribución comercial mayorista a través de establecimientos *cash&carry*.

El contrato de compraventa de acciones firmado entre las partes el 22 de diciembre de 2005 contiene como condición suspensiva para el perfeccionamiento de la operación la obtención de la correspondiente autorización por parte de las autoridades de competencia españolas.

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

De acuerdo con el notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas (DOUE L-24/1, de 29.1.2004), por lo que carece de dimensión comunitaria.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en el artículo 14.1 a) y b) de la misma.

III. EMPRESAS PARTICIPES

• MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP, S.A.

MIQUEL ALIMENTACIÓ es una sociedad domiciliada en España, cuyo capital social se encuentra en manos de [...]¹, compañía propiedad, de forma indirecta, de varios miembros de la familia [...].

MIQUEL ALIMENTACIÓ esta presente en el sector de la distribución comercial mayorista y minorista, en régimen de autoservicio, de toda clase de bienes de consumo diario en España, para lo que dispone de 513 puntos de venta. Las actividades de distribución minorista de MIQUEL ALIMENTACIÓ se centran en la explotación de supermercados propios y franquiciados, que operan bajo las enseñas “Suma”² y “Proxim”³. Esta actividad generó el [10-30%] del volumen de negocio de MIQUEL ALIMENTACIÓ en 2005, según el notificante.

En cuanto a la distribución mayorista de bienes de consumo diario, MIQUEL ALIMENTACIÓ desarrolla actividades de venta en el formato tradicional y a través de establecimientos *cash & carry*. La actividad de distribución mayorista en formato tradicional de MIQUEL ALIMENTACIÓ, que comprende principalmente las ventas realizadas a sus establecimientos

¹ Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

² Según el notificante, MIQUEL ALIMENTACIÓ dispone actualmente de 127 supermercados “Suma” propios y 153 franquiciados localizados en las Comunidades Autónomas de Cataluña (111 propios y 105 franquiciados), Valencia (6 propios y 12 franquiciados), Castilla-León (3 y 5 respectivamente), La Rioja (5 y 4 respectivamente), Aragón (1 y 7 respectivamente), Navarra (1 y 5 respectivamente), Baleares (11 establecimientos franquiciados), Castilla-La Mancha (3 franquiciados), Madrid (1 franquiciado).

³ Según el notificante, MIQUEL ALIMENTACIÓ dispone actualmente de 204 supermercados “Proxim”, todos ellos franquiciados, localizados en las Comunidades Autónomas de Cataluña (122), Valencia (11), Castilla-León (14), Baleares (18), Madrid (5), La Rioja (4), Aragón (14), Cantabria (1), Castilla-La Mancha (4) y Navarra (11).

franquiciados, constituye su principal línea de negocio, al generar el [30-50%] de su facturación en 2005.

En cuanto a la actividad de distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*, cuenta con 29 puntos de venta que actúan bajo el nombre comercial “Gros Mercat” y que se localizan en las Comunidades Autónomas de Cataluña (15), Valencia (4), Castilla-León (3), Baleares (2), Madrid (2), Murcia (1), La Rioja (1) y Castilla-La Mancha (1). Esta actividad generó en 2005, el [30-50%] del volumen de negocio de MIQUEL ALIMENTACIÓ.

Actualmente, MIQUEL ALIMENTACIÓ está integrada en la central de compras IFA, a través de la que realiza una parte de sus compras (aproximadamente el [60-80%]), adquiriendo el [20-40%] restante directamente de los proveedores.

El volumen de ventas de MIQUEL ALIMENTACIÓ en los tres últimos ejercicios económicos, conforme a lo establecido en el Art.3 del R.D. 1443/2001, fue el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE MIQUEL ALIMENTACIÓ (Millones euros)			
	2003	2004	2005*
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

* Datos estimados por el notificante.

• PUNTOCASH, S.A.

PUNTOCASH, S.A. es una sociedad domiciliada en España, filial de DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A. (“DIA”)⁴ y, por tanto, perteneciente al grupo francés CARREFOUR.

PUNTOCASH, S.A. está activo en el sector de la distribución al por mayor de toda clase de bienes de consumo diario a través de establecimientos *cash & carry*. Para el ejercicio de su actividad, actualmente dispone de 29 establecimientos que operan bajo la enseña “Puntocash”, situados en las Comunidades Autónomas de Cataluña (8), Andalucía (6), Valencia (6), Madrid (3), Baleares (2), Aragón (1), Murcia (1), País Vasco (1) y La Rioja (1).

PUNTOCASH se abastece de los productos de consumo diario que posteriormente comercializa principalmente a través de la central de compras del grupo CARREFOUR⁵.

⁴ DIA detenta el 99,99% del capital social de PUNTOCASH y la sociedad SIDAMSA-CONTINENTE HIPERMERCADOS, S.A. el 0,01% restante.

⁵ Según el notificante, PUNTOCASH se abastece en un [50-70%] a través de la estructura de compras del grupo CARREFOUR, obteniendo el resto directamente de los proveedores.

El volumen de negocio de PUNTOCASH en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art.3 del R.D. 1443/2001, es el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE PUNTOCASH (Millones euros)			
	2003	2004	2005*
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

*Cuentas de gestión al cierre, sin auditar.

IV. MERCADO RELEVANTE

IV.1. Mercado de producto

Atendiendo a las actividades de las empresas implicadas en la operación, la concentración notificada se enmarca en el ámbito de la distribución comercial mayorista de bienes de consumo diario a través de establecimientos *cash & carry*.

Adicionalmente, al objeto de apreciar en toda su amplitud los efectos de la operación, es preciso analizar el mercado ascendente del aprovisionamiento de los bienes de consumo diario, dada la interdependencia existente entre la distribución y el abastecimiento de dichos productos, puesta de manifiesto por la Comisión⁶ así como por las autoridades españolas de defensa de la competencia⁷.

IV.1.1. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*.

Se trata de una modalidad de venta al por mayor de productos de gran consumo, en régimen de autoservicio, dirigida a empresas y profesionales distintos de los consumidores finales, principalmente empresas activas en el sector de la restauración, la hostelería y el sector minorista.

En concreto, los establecimientos *cash & carry* normalmente constituyen almacenes con superficies que oscilan entre los 1.000 y los 2.000 m², que se localizan en la periferia de los centros urbanos. Este tipo de establecimiento ofrece un reducido número de referencias, a precios inferiores a los ofrecidos por las superficies de venta minorista, en un entorno de compra austero y sin ofrecer servicio añadido alguno.

Esta formula comercial se diferencia del modelo mayorista tradicional en la utilización del sistema de venta en régimen de autoservicio, siendo los propios clientes los que acuden al establecimiento a comprar, pagan al contado y se encargan personalmente del transporte de las mercancías adquiridas.

Esta modalidad de venta mayorista constituye un mercado de producto distinguible de otros tipos, tanto por las características de estos servicios como

⁶ Caso N°IV/M.946 INTERMARCHÉ/SPAR; caso N°IV/M.991 PROMODES/CASINO; Caso N°IV/M.1221 REWE/ MEINL.

⁷ Expedientes de concentración económica N-230 CAPRABO/ENACO, N-140 PIO CORONADO/CEMETRO, N-03015 DIA/EL ÁRBOL, etc.

por las especificidades de la clientela que accede a ellos, pequeñas y medianas empresas con limitado potencial financiero y de almacenamiento que, en gran medida, no tienen capacidad para pasar al modelo clásico, sistema que tienden a utilizar los grandes clientes minoristas. A semejante conclusión han llegado tanto la Comisión como las autoridades españolas de defensa de la competencia en decisiones anteriores en este sector⁸.

IV.1.2. Abastecimiento de bienes de consumo diario

El mercado del abastecimiento comprende la venta de bienes de consumo corriente por los productores de dichos bienes a sus clientes: los distribuidores mayoristas y minoristas de estos productos.

Desde el punto de vista de la demanda, los distintos productos o grupos de productos no son sustitutivos entre sí, por lo que cada uno de ellos podría constituir un mercado diferente. Sin embargo, considerando la homogeneidad de la demanda, que no varía sustancialmente de un grupo de productos a otro, la Comisión Europea ha considerado que, en ciertos casos, bastaría con apreciar el poder de compra de las partes en relación con el conjunto de los bienes de consumo diario⁹.

En este caso concreto, MIQUEL ALIMENTACIÓ es miembro de la central de compras IFA, a través de la que realiza una parte de sus compras¹⁰. En cuanto a PUNTOCASH, se aprovisiona de los bienes de consumo diario que posteriormente revende principalmente a través de la estructura de abastecimiento del grupo al que pertenece: CARREFOUR.

Las centrales de compra son agrupaciones de comerciantes constituidas con el fin de convertirse en interlocutores con capacidad de negociación frente a otros operadores del mercado, ya sean proveedores o competidores. Se conciben, por tanto, como entidades que reúnen un número variable de empresas de distribución con el fin de obtener, gracias a su potencial de compra y de venta, mejores condiciones comerciales de los proveedores.

IV.2 Mercado geográfico

IV.2.1. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*.

La demanda de los establecimientos *cash & carry* está principalmente constituida por profesionales del sector de la hostelería y la restauración y, en menor medida, por minoristas, que están dispuestos a realizar mayores desplazamientos que los consumidores finales para adquirir sus productos.

En consecuencia, la zona de influencia de estos establecimientos incluye un área más amplia que la de los establecimientos detallistas, aún cuando los propios profesionales deban encargarse del transporte de los productos.

⁸ Caso nº IV/M.784 KESKO/TUKO y expedientes N-140 PIO CORONADO/CEMETRO (C64/01 del TDC), N-230 CAPRABO/ ENACO (C70/02 del TDC) y N-03053 CAPRABO/ALCOSTO (C83/03 del TDC)

⁹ Decisión Caso IV/M.991 PROMODES/CASINO, Caso IV/M. 946 INTERMACHÉ/SPAR, y Caso IV/M.1087 PROMODES/SIMAGO.

¹⁰ Tanto para su reventa a los consumidores finales a través de establecimientos minoristas, como para su reventa al sector mayorista (en formato tradicional y a través de establecimientos *cash& carry*).

Tanto el SDC como el TDC, en los expedientes mencionados anteriormente, han considerado que este mercado tiene carácter regional, entendiendo como tal incluso el ámbito de una Comunidad Autónoma. En el caso de las Comunidades Autónomas insulares y atendiendo a su especial situación geográfica, ambas entidades han establecido que el ámbito geográfico del mercado se podría reducir hasta considerar a cada una de las islas como un mercado independiente¹¹.

De acuerdo con la información aportada por el notificante, las Comunidades Autónomas en las que se produce solapamiento entre las actividades de distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry* de MIQUEL ALIMENTACIÓ y PUNTOCASH y que, por tanto, resultan relevantes a efectos del análisis de la operación, son Cataluña, La Rioja, Madrid, Murcia, Baleares y la Comunidad Valenciana. En el caso de Baleares, el único solapamiento se produce en la isla de Ibiza.

No obstante lo anterior, este Servicio aportará información adicional de carácter provincial al objeto de valorar el alcance de la operación en todas las alternativas geográficas posibles.

IV.2.2. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

Tanto el SDC como el TDC han establecido en los casos mencionados anteriormente que el abastecimiento de productos de consumo diario por parte de las empresas de distribución minorista y mayorista normalmente se realiza a escala nacional, ya sea a través de una central de compras o a través del grupo al que pertenecen dichas empresas.

Ello se debe a que el consumidor español escoge prioritariamente en sus compras productos alimentarios de origen nacional, influido por los particulares hábitos de consumo y gustos y por la publicidad realizada en los grandes medios de comunicación.

En aquellos casos en los que los productos a obtener proceden de multinacionales, la adquisición por parte de las empresas distribuidoras suele producirse a través de una sucursal nacional, descartándose la importación directa.

V. ANÁLISIS DEL MERCADO

V.1. Características y evolución

Según lo indicado en anteriores expedientes en el sector, la estructura de la distribución comercial en España registra un permanente proceso de transformación, que resulta especialmente evidente en el ámbito minorista.

En el caso de la distribución mayorista, el formato de *cash & carry* ha tenido un notable desarrollo aunque, según estudios recientes del sector¹², el impacto de las grandes superficies minoristas y de la distribución masiva ha

¹¹ En concreto, esa definición del mercado se empleo en el expediente N-140 PIO CORONADO/CEMETRO para el caso de la Comunidad Autónoma de Canarias. No obstante, es perfectamente aplicable para la Comunidad Autónoma Balear.

¹² "Evolución de la distribución comercial y de los hábitos de compra: del dualismo al polimorfismo" Javier Casares y Víctor Martín Cerdeño. ICE, 25 años de Constitución. Diciembre 2003.

limitado su potencial de crecimiento. Con todo, el mercado español de *cash & carry* muestra una notable estabilidad en su desarrollo reciente.

Según las fuentes mencionadas, se observa una paulatina reconversión de esta fórmula comercial con el desarrollo de la venta al consumidor final y con una política comercial más agresiva. En este sentido, la estrategia actual de este formato de venta consiste en superar su oferta inicial limitada a bebidas y conservas, hasta ofrecer un surtido amplio y variado de productos, incluyendo los productos frescos (pescados, carne, frutas y verduras), para ser capaz de abastecer de forma integral al sector de la hostelería.

V.2. Estructura de la oferta

V.2.1. Distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry*

Según las estimaciones de la Asociación Española de Empresas de Cash & Carry (AESECC)¹³, el mercado español de la distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry* cuenta con 810 puntos de venta que suman casi 1.600.000 m² de superficie de venta total, dirigida a más de un millón de clientes profesionales de la hostelería y el pequeño comercio.

No obstante dichos datos, este Servicio seguirá para su estudio la última información publicada por ALIMARKET en su anuario sobre el sector de la distribución comercial¹⁴, que maneja datos correspondientes a 31 de diciembre de 2004.

Según dichos datos, el mercado español del *cash & carry* está constituido por 678 establecimientos, con una superficie de venta conjunta de 1.441.651 m². Respecto al año anterior, en 2004 se ha producido una reducción en el número de establecimientos (alrededor de veinte) aunque la superficie de venta total se ha mantenido de forma casi invariable.

Este mercado cuenta con la presencia de un gran número de operadores¹⁵, la mayor parte de ellos de carácter nacional aunque algunos forman parte de grupos multinacionales como es el caso de MAKRO, AUTOSERVICIO MAYORISTA, S.A., perteneciente al grupo de origen alemán METRO, uno de los especialistas mundiales de este sector.

Junto a este operador especializado en este tipo de autoservicio mayorista, el mercado español del *cash & carry* está constituido por otros operadores que se encuentran presentes de forma más o menos extensa en otros formatos de distribución comercial mayorista y minorista de bienes de consumo diario. Tal es el caso de DINOSOL, EL ARBOL, COVALCO, EROSKI o las empresas implicadas en la presente operación.

El siguiente cuadro recoge los principales operadores del mercado español de la distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry* de la distribución al por menor de bienes de consumo diario en régimen de libre

¹³ AESECC que agrupa a las principales enseñas de la distribución mayorista en este formato, nació en noviembre de 2004 por iniciativa de los principales operadores del sector de *cash & carry* en España: MAKRO, MIQUEL ALIMENTACIÓ y PUNTOCASH.

¹⁴ ALIMARKET número 182. Marzo 2005

¹⁵ ALIMARKET indica que la estructura empresarial del sector está constituida por 75 empresas con una superficie de oferta superior a los 2.100 m².

servicio, según superficie de venta total en m², criterio más utilizado a la hora de analizar los efectos de una operación de concentración en este sector.

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE LA DISTRIBUCION MAYORISTA A TRAVÉS DE ESTABLECIMIENTOS CASH & CARRY Según superficie de venta (m ²) a 31/12/2004			
Empresa	Nº Establecimientos	Superficie (m ²)	Cuota (%)
MAKRO	30	218.852	15,18%
COVALCO	65	92.868	6,44%
MIQUEL ALIMENTACIÓ	28	89.220	6,18%
PUNTOCASH	32	81.579	5,65%
HERMANOS AYALA SOUSA	1	62.000	4,30%
PERMIRA (DINOSOL)	36	58.338	4,04%
ALIMENTACION PENINSULAR	15	54.200	3,75%
Grupo DIAN	3	46.500	3,22%
EL ARBOL	40	43.553	3,02%
COMERCIAL JESUMAN	9	29.300	2,03%
MANUEL BAREA	4	29.000	2,01%
DIALSUR	17	27.413	1,90%
HIPER USERA	9	26.191	1,81%
CARO RUIZ	17	26.000	1,80%
EROSKI	24	25.364	1,75%
-----	-----	-----	-----
TOTAL	678	1.441.651	100%

Fuente: Alimarket nº 182. Marzo 2005.

A continuación se muestra la estructura del mercado de la distribución mayorista a través de establecimientos *cash & carry* de aquellas Comunidades Autónomas en las que solapan su actividad MIQUEL ALIMENTACIÓ y PUNTOCASH, es decir: Cataluña, La Rioja, Madrid, Murcia, Baleares y la Comunidad Valenciana¹⁶.

MERCADO DE LA DISTRIBUCION MAYORISTA A TRAVÉS DE ESTABLECIMIENTOS CASH & CARRY DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS RELEVANTES Según superficie de venta (m ²) a 31/12/2004			
Comunidad Autónoma	MIQUEL ALIMENTACIÓ Cuota (%)	PUNTOCASH Cuota (%)	TOTAL Cuota (%)
Cataluña	33,6%	15,3%	48,9%
La Rioja	24,2%	19,9%	44,1%
Madrid	1,7%	10,8%	12,5%
Murcia	5,1%	3,5%	8,6%
Valencia	10,8%	13,1%	23,9%
Baleares	13,4%	16,1%	29,5%

Fuente: Elaboración propia con base en Alimarket nº 182. Marzo 2005.

¹⁶ En el caso de las Comunidades Autónomas en las que no se produce solapamiento de actividades entre ambas entidades, MIQUEL ALIMENTACIÓ adquirirá las siguientes cuotas, que actualmente detenta PUNTOCASH: 3,7% en Andalucía, 3% en Aragón y 4,7% en el País Vasco, según datos del notificante.

En el caso de la Comunidad Autónoma Balear, el mercado relevante a considerar es **Ibiza**, única isla en la que se encuentran presentes MIQUEL ALIMENTACIÓ y PUNTOCASH¹⁷, con cuotas del [20-30%] y [20-30%] del mercado. La cuota resultante de la operación alcanzará, por tanto, el **[50-60%]** del mercado del *cash & carry* en Ibiza.

De toda la información anterior se desprende que las mayores cuotas se alcanzarían en las Comunidades Autónomas de Cataluña y La Rioja, así como en Ibiza.

1. Cataluña

Según datos de ALIMARKET, la superficie comercial de venta de esta modalidad de distribución mayorista en Cataluña a 31 de diciembre de 2004, es de 154.445m², de los que 51.925 m² corresponden a MIQUEL ALIMENTACIÓ¹⁸, lo que le otorga una cuota del 33,6% del mercado. PUNTOCASH dispone de 23.553 m² de venta¹⁹, lo que representa el 15,3% del mercado. La cuota resultante de la operación alcanzará, por tanto, el **48,9%** del mercado del *cash & carry* en la Comunidad Autónoma de Cataluña.

En este ámbito territorial destaca la presencia de MAKRO, que cuenta con una superficie de venta total de 28.504m² (18,5% de cuota) y el grupo COVALCO (titular de las enseñas “Bon Mercat”, “Cash Enaco” y “Comerco”) con 24.598m² de superficie de venta (15,9% de cuota). Junto a ellos se encuentran otros operadores más locales como DISTRIBUIDORA BOSCH HNOS, ANTONIO RABERT o MAGATZEMS PRATS, con cuotas del 3,8%, 1,9% y 1,8% respectivamente.

Desde un punto de vista provincial, el solapamiento entre MIQUEL ALIMENTACIÓ y PUNTOCASH se produce en Barcelona y Tarragona donde, según el notificante, la entidad adquirente dispone respectivamente de 6 y 3 establecimientos *cash & carry* y la adquirida 7 y 1. Según los datos provinciales aportados por el notificante basados en el censo de establecimientos *cash & carry* elaborado por ALIMARKET, la cuota conjunta resultante de la operación alcanzará el [40-50%] del mercado del *cash & carry* de Barcelona y el [50-60%] del de Tarragona.

En las otras dos provincias catalanas solo se encuentra presente MIQUEL ALIMENTACIÓ²⁰, detentando una cuota del [20-30%] del mercado del *cash & carry* de Lérida y del [70-80%] en Gerona.

¹⁷ Además de en Ibiza, MIQUEL ALIMENTACIÓ se encuentra presente en Menorca y PUNTOCASH en Mallorca, con una cuota del [10-20%], según el notificante.

¹⁸ Según el notificante, MIQUEL ALIMENTACIÓ dispone de 15 establecimientos *cash & carry* en la Comunidad Autónoma de Cataluña: 6 en la provincia de Barcelona, 5 en Gerona, 1 en Lérida y 3 en Tarragona.

¹⁹ Según los datos actualizados a aportados por el notificante, PUNTOCASH cerró durante el ejercicio 2005 un establecimiento de [...] m² en Lérida, por lo que su superficie de venta total se ha visto reducida hasta [...] m². Según dichos datos, PUNTOCASH dispondría de una cuota del [10-20%] del mercado catalán del *cash & carry* (la superficie de venta total de esta modalidad de distribución mayorista en Cataluña quedaría reducida a [...] m², tras la reducción correspondiente al establecimiento cerrado de PUNTOCASH).

²⁰ Según lo indicado anteriormente, PUNTOCASH cerró en 2005 el único establecimiento *cash & carry* que tenía en Lérida, por lo que actualmente sólo dispone de 8 establecimientos en Cataluña (7 en Barcelona y 1 en Tarragona).

2. La Rioja

El mercado del *cash & carry* en La Rioja cuenta con una superficie de venta de 11.982m², según ALIMARKET.

Tanto MIQUEL ALIMENTACIÓ como PUNTOCASH disponen de un establecimiento *cash & carry* en La Rioja, de 2.900 m² de superficie de venta el de MIQUEL ALIMENTACIÓ y de 2.384 m² el de PUNTOCASH. Las cuotas respectivas ascienden, por tanto, al 24,2% y al 19,9% del mercado y la cuota resultante de la operación al **44,1%** del mercado del *cash & carry* en la Comunidad Autónoma de La Rioja

Junto a estos operadores, es preciso mencionar la presencia del grupo COVALCO, que dispone de 2.909m² de superficie de venta (24,3% de cuota), AGRUP. DETALL. ALIMENTACIÓN, S.A. (titular de la enseña “Eurocash”), con 1.700 m² (14,2% de cuota) y G-5 CENTRO, S.A., con 1.689m² (14,1% de cuota).

3. Ibiza

Según los datos proporcionados por el notificante basados en el censo de establecimientos *cash & carry* elaborado por ALIMARKET, tanto MIQUEL ALIMENTACIÓ como PUNTOCASH disponen de un establecimiento *cash & carry* en Ibiza, cuyas superficies de venta respectivas representan el [20-30%] y el [20-30%] del mercado. La cuota resultante de la operación alcanzará, por tanto, el **[50-60%]** del mercado del *cash & carry* en Ibiza.

La oferta de este mercado está asimismo constituida por otras 4 enseñas, entre las que destaca el grupo LOTO, que ocupaba hasta la fecha la primera posición dentro de la isla con una cuota del [20-30%] y COMERCIAL ESCANDELL, con un [10-20%] del mercado.

4. Otros

Por último, y aunque a nivel de la Comunidad Autónoma Valenciana, la cuota resultante de la operación alcanza el 23,9% del mercado del *cash & carry*, es preciso mencionar la incidencia que la operación proyectada tendrá en la provincia de **Castellón**²¹. En este ámbito territorial, donde MIQUEL ALIMENTACIÓ y PUNTOCASH disponen respectivamente de 1 y 2 establecimientos *cash & carry*, la cuota conjunta alcanza el [40-50%] del mercado, tras adicionar a la participación de MIQUEL ALIMENTACIÓ ([20-30%]) la correspondiente a PUNTOCASH ([20-30%]).

V.2.2. Mercado del abastecimiento de bienes de consumo diario

La oferta del mercado del aprovisionamiento está formada por un heterogéneo conjunto de proveedores cuyo poder de negociación varía en función del bien o servicio que suministran, de la marca, o del tamaño, siendo muy relevante en el caso de los productos o marcas de obligada compra o “*must stock*”. Para compensar dicho poder se constituyen precisamente las

²¹ En Alicante, la cuota conjunta ascenderá al [10-20%] del mercado ([10-20%] MIQUEL ALIMENTACIÓN y [0-10%] PUNTOCASH), y en Valencia, donde no se encuentra presente el adquirente, PUNTOCASH detenta el [10-20%] del mercado,

centrales de compra, entre las que destacan a nivel nacional EUROMADI e IFA.

Junto a ellas, los grandes grupos de la distribución comercial integrados verticalmente utilizan su propio poder de compra frente a los oferentes.

Como se ha mencionado anteriormente, MIQUEL ALIMENTACIÓ realiza la mayor parte de sus compras ([60-80%]) a través de IFA, mientras que PUNTOCASH canalizó el [50-70%] de sus compras a través de la estructura de compra del grupo CARREFOUR. Será, por tanto, la central de compras IFA la que incrementará su capacidad de negociación.

No obstante, el notificante considera que dicho incremento no será significativo dado el volumen de compras de PUNTOCASH²² en relación con el del resto de los operadores.

V.3. Estructura de la demanda

La demanda del mercado de la distribución mayorista en formato *cash & carry* esta constituida por empresas y profesionales²³ que desarrollan su actividad en el ámbito material de los productos que ofrece el *cash & carry*, principalmente del sector de la hostelería y la restauración, que disponen de un poder de compra superior al consumidor final.

En este sentido, los clientes que acuden a los centros *cash & carry* buscan principalmente productos de consumo diario a precios reducidos y presentados en grandes cantidades, características éstas que no encuentran en los productos ofrecidos en el mercado de la distribución minorista en libre servicio.

Estos clientes no se abastecen únicamente en los establecimientos *cash & carry*. En función del tipo de producto a obtener y de la naturaleza del negocio de restauración de que se trate, los establecimientos se aprovisionaran adicionalmente a través de los distribuidores de los propios fabricantes (vino, refrescos), de distribuidores independientes (bebidas espirituosas, cerveza o leche) o de mayoristas especializados.

Otro segmento de la demanda del mercado del *cash & carry* esta constituida por las tiendas tradicionales de alimentación, que encuentran en esta fórmula una vía complementaria para el suministro de ciertos productos de gran consumo. Estos productos también los obtienen de los mercados centrales de abastos (alimentación fresca) o a través de centrales de compra, o distribuidores independientes (alimentación envasada), entre otros.

En el caso del abastecimiento de bienes de consumo diario, la demanda está constituida por la distribución comercial minorista y mayorista de dichos productos. En términos generales, el mercado de la distribución minorista

²² El notificante indica que el volumen de compras de PUNTOCASH en 2005 ascendió a [...] millones de euros.

²³ El acceso a la oferta de estos establecimientos se encuentra vedado para aquellas personas que no ostenten y acrediten esa condición empresarial.

absorbe el 50% del mercado del aprovisionamiento, alcanzando en España un porcentaje del 70%, según el TDC²⁴.

Esta demanda en el caso de la distribución mayorista está constituida por un gran número de operadores, algunos de ellos pertenecientes a grupos internacionales, que se aprovisionan de forma individual o colectiva a través de centrales de compras, según se ha mencionado anteriormente.

V.4. Competencia potencial - Barreras a la entrada

En términos generales, el mercado de la distribución comercial mayorista no parece presentar significativas barreras legales de entrada.

A diferencia de la actividad comercial minorista, que se encuentra sometida a importantes barreras de entrada derivadas de la obtención de una Licencia Comercial Específica para la apertura, ampliación, traslado y cambio de titularidad de determinados tipos de establecimientos comerciales²⁵, los establecimientos mayoristas por lo general no se encuentran sometidos a licencia específica previa a su apertura, salvo las de carácter municipal.

No obstante, en el caso de la Comunidad Autónoma de Baleares, relevante a efectos de la operación, la Ley 11/2001, de 15 de junio, de Ordenación de la Actividad comercial en las islas Baleares incluye en su definición de establecimiento comercial a los establecimientos de venta al por mayor. Por ello, cuando dichos establecimientos reúnan las características exigidas por la normativa balear para su consideración como gran establecimiento comercial²⁶, requerirán para su apertura una licencia autonómica previa a las licencias municipales.

En este punto, es preciso mencionar la Ley 8/2005, de 21 de junio, de medidas transitorias para el otorgamiento de la licencia autonómica de gran establecimiento comercial en las islas Baleares, que ha establecido que las licencias presentadas después del 21 de mayo de 2005 quedaran en suspenso, y no se les dará curso hasta la entrada en vigor de las disposiciones reglamentarias que desarrollen la Ley 11/2001, a cuyo cumplimiento quedan sometidas.

Por otro lado, la Ley 11/2001 en su artículo 14 establece un elenco de tipos de superficies que en todo caso no podrán autorizarse para su instalación.

²⁴ Exptes C70/02 CAPRABO/ ENACO y C83/03 CAPRABO/ALCOSTO.

²⁵ La Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista exige la obtención de una Licencia Comercial Específica para la instalación de grandes establecimientos comerciales minoristas, competencia delegada a las Comunidades Autónomas.

²⁶ La Ley 11/2001, de 15 de junio exige la obtención de una licencia comercial específica para la instalación o ampliación de grandes establecimientos comerciales, entendiendo como tales los establecimientos que sean explotados por empresas en las que concurra alguna de las siguientes características: a) que tengan más de 250 trabajadores, b) que tengan un volumen de negocio anual superior a 40 millones de euros o un balance general superior a 27 millones de euros y c) que, si se trata de sociedades mercantiles, estén participadas en un 25% o más de su capital por empresas incluidas en alguna de las letras anteriores, excepto cuando se trate de sociedades de capital riesgo o de entidades públicas, siempre que no dispongan de una posición mayoritaria en los órganos de administración y dirección de la sociedad.

En estas circunstancias se encuentran los establecimientos comerciales²⁷ que puedan disponer de una superficie útil para la exposición y la venta superior a:

- a) 250 m², en municipios de hasta 3.000 habitantes
- b) 400 m², en municipios de entre 3.001 y 10.000 habitantes
- c) 600 m², en municipios de entre 10.001 y 20.000 habitantes
- d) 800 m², en municipios de más de 20.000 habitantes
- e) 1.300 m², en el municipio de Palma.

Al margen de lo anterior, no cabe ignorar lo afirmado por el TDC en su informe sobre la operación de concentración PIO CORONADO/CEMETRO, en relación a que la propia gran implantación de PIO CORONADO representaba por si misma una barrera de entrada al mercado de la distribución mayorista en formato del *cash & carry*, ya que podría desincentivar a los potenciales entrantes al mismo²⁸.

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por MIQUEL ALIMENTACIÓ GRUP, S.A. del control exclusivo sobre PUNTOCASH, S.A. la filial del grupo CARREFOUR activa en el sector de la distribución comercial mayorista a través de establecimientos *cash & carry*.

VI.1 Posición en el mercado

La operación reforzará la posición de MIQUEL ALIMENTACIÓ en el mercado de la distribución comercial mayorista a través de establecimientos *cash & carry*, donde se situará como segundo operador nacional. Tras la operación, MIQUEL ALIMENTACIÓ contará con una cuota del 11,83% de la que 5,6 puntos corresponden a la empresa adquirida.

En el mercado nacional de la distribución comercial mayorista a través de establecimientos *cash & carry* se encuentran presentes un gran número de operadores, entre los que destaca MAKRO, AUTOSERVICIO MAYORISTA, S.A., filial uno de los especialistas mundiales de este sector, METRO GROUP, que lidera el mercado en España, con una cuota del 15,18%.

El refuerzo de la posición de MIQUEL ALIMENTACIÓ será especialmente importante en las Comunidades Autónomas de Cataluña y La Rioja, donde se convertirá en el líder del mercado, con cuotas del 49,7% y del 44% respectivamente, así como en la isla de Ibiza donde adquirirá una cuota del [50-60%].

²⁷ Salvo los establecimientos comerciales dedicados exclusivamente a la exposición y venta de vehículos a motor, embarcaciones, materiales de construcción, muebles, así como mobiliario y elementos propios de cocina y baño.

²⁸ En ese momento, PIO CORONADO disponía de 12 establecimientos *cash & carry* en la isla de Gran Canaria y una cuota de mercado que ascendía al 47,3% de dicho ámbito territorial. Tras la adquisición del único establecimiento de 800 m² de superficie de venta que CEMETRO disponía en esa isla, PIO CORONADO se haría con el 49,4% del mercado del *cash & carry* de Gran Canaria.

En el caso de Cataluña y si se considerara un ámbito geográfico provincial, la posición de MIQUEL ALIMENTACIÓ alcanzará el [40-50%] del mercado del *cash & carry* de Barcelona y el [50-60%] del de Tarragona.

En el mercado del *cash & carry* de Cataluña se encuentran presentes importantes competidores de alcance nacional como MAKRO y COVALCO, junto a otros operadores más locales, que, no obstante, tienen una presencia mucho más limitada que MIQUEL ALIMENTACIÓ.

En la Rioja es preciso mencionar la presencia del grupo COVALCO, que dispone del 24,3% de la superficie de venta, así como AGRUP. DETALL. ALIMENTACIÓN, S.A. (titular de la enseña “Eurocash”), con 1.700 m² (14,2% de cuota) y G-5 CENTRO, S.A., con 1.689m² (14,1% de cuota).

En el caso de Ibiza, la oferta esta exclusivamente constituida por operadores locales por lo que la asimetría respecto a MIQUEL ALIMENTACIÓ resulta más evidente.

Por último, en la Comunidad Autónoma Valenciana si bien la cuota resultante de la operación alcanza el 23,9% del mercado del *cash & carry*, es preciso mencionar la incidencia que la operación proyectada tendrá en la provincia de Castellón, donde la entidad resultante alcanzará una cuota del [40-50%] del mercado, de la que [20-30%] puntos corresponden a la adquirida.

En cuanto al mercado ascendente de abastecimiento de bienes de consumo diario, la operación no tendrá un impacto significativo en su estructura competitiva dado el reducido porcentaje que el volumen de compras de PUNTOCASH representa respecto al mercado total del abastecimiento.

VI.2 Competencia potencial- Barreras a la entrada

En cuanto a la posible competencia potencial derivada de la entrada de nuevos operadores en el mercado del *cash & carry*, en términos generales se puede indicar que no este tipo de establecimientos mayoristas está exenta de las limitaciones que la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista impone a los establecimientos comerciales minoristas, por lo que se encuentra mucho más abierto a potenciales competidores.

No obstante, en el caso de Ibiza, la normativa autonómica que regula la actividad comercial en las islas Baleares incluye en su definición de establecimiento comercial a los mayoristas, por lo que este tipo de establecimiento estará asimismo sometido a las autorizaciones legales²⁹ exigidas para la instalación y apertura de grandes establecimientos comerciales.

En este punto es preciso mencionar que actualmente no resulta posible la apertura de nuevos grandes establecimientos comerciales en Baleares, dada la moratoria establecida por la Ley 8/2005 de la Comunidad Autónoma Balear para las licencias presentadas después del 21 de mayo de 2005.

En todo caso, la Ley 11/2001 establece que las administraciones competentes de Baleares no podrán autorizar la instalación de establecimientos comerciales cuya superficie de venta supere determinados

²⁹ licencia comercial específica previa a las licencias municipales

m², según la población del municipio afectado. En el caso de Ibiza, se permite como máximo la instalación de establecimientos de 800 m² de superficie de venta³⁰.

A estas importantes barreras legales de entrada al mercado del *cash & carry* en Ibiza, habría que unir la propia gran implantación que MIQUEL ALIMENTACIÓ tiene en esa isla, circunstancia ésta que podría desincentivar a los potenciales interesados en acceder a dicho mercado.

VI.3. Poder compensatorio de la demanda

La demanda del mercado de la distribución comercial mayorista a través de establecimientos *cash & carry* está constituida por empresas y profesionales, principalmente del sector de la hostelería y la restauración.

Estos clientes no se abastecen únicamente en los establecimientos *cash & carry*, disponiendo de fuentes alternativas de suministro, que utilizan dependiendo del tipo de producto a obtener y de la naturaleza y tamaño de su propio negocio.

No obstante, no se puede afirmar que el poder de la demanda sea tal que contrarreste el posible poder de mercado adquirido por MIQUEL ALIMENTACIÓ como consecuencia de esta operación.

VI.4 Conclusión

Teniendo en cuenta estas consideraciones, en particular, el reforzamiento de la posición ya destacada del adquirente en ciertos ámbitos geográficos y la existencia de barreras de entrada en alguno de ellos, resulta conveniente proceder a un análisis más detallado de la operación con el fin de descartar que pueda afectar negativamente a la competencia en alguno de los mercados considerados.

³⁰ Según el notificante, esta permitida la instalación de establecimientos de hasta 400 m² en el municipio de Sant Joan de Labritja, de hasta 600 m² en Sant Antoni Portmany o Sant Josep de Sa Talaia, y de hasta 800 m² en Santa Eulalia des Riu o la villa de Ibiza.

VII. LEVANTAMIENTO DE LA SUSPENSIÓN DE LA OPERACIÓN

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, el notificante ha solicitado el levantamiento de la obligación de suspensión de la ejecución de la operación en el caso de que ésta se remitiese para su estudio al Tribunal de Defensa de la Competencia.

Este SDC considera que en este asunto es necesario mantener la debida cautela ante lo que proponga el Tribunal de Defensa de la Competencia tras el estudio de la operación, por lo que no parece apropiado acordar el levantamiento total de la suspensión de la operación.

En el caso de los mercados geográficos relevantes en los que la cuota de mercado combinada es superior al 30%, no parece que los perjuicios que el mantenimiento de la suspensión de la ejecución de la operación por la demora en su realización una vez hecha pública pudiera ocasionar para la operación sean superiores a los que por su ejecución se podrían causar a la libre competencia, como por ejemplo, los derivados del acceso a la información comercial o estratégica de los establecimientos adquiridos. Por ello, no resulta apropiado acordar el levantamiento de la ejecución de la operación para los establecimientos ubicados en dichos ámbitos geográficos.

Respecto al resto de mercados geográficos relevantes, no cabe prever que de la ejecución de la concentración se deriven perjuicios sustanciales difícilmente reversibles para la competencia durante el periodo máximo en el que se produzca la decisión final del Consejo de Ministros, por lo que cabe proponer que, en aplicación del artículo 15.2 de la Ley, se acuerde el levantamiento de la suspensión de la operación para los establecimientos *cash & carry* ubicados en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Aragón, País Vasco, Madrid, Murcia y la Comunidad Autónoma Valenciana, a excepción del localizado en la provincia de Castellón, así como para el establecimiento de la isla de Mallorca.

VIII. PROPUESTA

En atención al análisis anterior, se propone **remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del artículo 15 bis, 1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

Adicionalmente, se propone el levantamiento parcial de la suspensión de la ejecución de la operación, según lo dispuesto en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia.