



RESOLUCIÓN (Expte. C-0026/07, NIKE/UMBRO)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
D. Fernando Torremocha García-Saénz, Consejero
D. Emilio Conde Fernández Oliva, Consejero
D^a Pilar Sánchez Núñez, Consejera
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
D^a M^a Jesús González López, Consejera
D^a Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 27 de diciembre de 2007.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, referente a la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de la empresa NIKE Vapor Ltd., filial de NIKE, Inc, del control exclusivo de Umbro plc. (Expte. C-0026/07) y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase.

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



INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0026/07 NIKE/UMBRO

Con fecha 3 de diciembre de 2007 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación, notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa NIKE Vapor Ltd. (en adelante NIKE Vapor), filial de NIKE, Inc. (NIKE), del control exclusivo de Umbro plc. (en adelante UMBRO).

Dicha notificación ha sido realizada por NIKE Vapor según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en el artículo 8.1.a). 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 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.

Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".

La fecha límite para remitir el expediente en primera fase es el **3 de enero de 2008**, 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 NIKE del control exclusivo de UMBRO, en virtud de un contrato de compraventa de la totalidad del capital social de esta última, mediante una oferta pública de adquisición.

La ejecución de la operación está condicionada a la autorización por parte de las autoridades de competencia de Alemania, Austria, Brasil, China, Colombia, Eslovaquia, Irlanda, Italia, Portugal, Reino Unido, Turquía, Ucrania y España.

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

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, al no superar los umbrales de su artículo 1.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1. a) de la misma.



III. EMPRESAS PARTÍCIPES

III.1. NIKE Vapor Ltd. (NIKE Vapor)

NIKE Vapor es una sociedad unipersonal participada enteramente por NIKE, constituida a los efectos de llevar a cabo la presente operación.

Por su parte, NIKE es una compañía multinacional con sede en EE.UU., que cotiza en la Bolsa de Nueva York, cuya actividad principal es el diseño, desarrollo y comercialización de calzado, equipamiento y ropa deportiva y de tiempo libre y ocio.

NIKE comercializa sus productos en más de 180 países a través de una extensa red de minoristas, tiendas propias y de una combinación de distribuidores independientes y de licenciarios. La mayor parte de sus productos los fabrican contratistas independientes de países de Extremo Oriente.

En España, NIKE opera a través de su filial holandesa NIKE European Operations Netherland B.V. (en adelante NEON) y de su sucursal American Nike, S.A. (Nike España).

La facturación de NIKE en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del R.D.1443/2001, es, según la notificante, la siguiente:

| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE NIKE (MILLONES EUROS) | | | |
|---|---------|----------|----------|
| | 2005 | 2006 | 2007 |
| Mundial | 8.462,7 | 9.489,48 | 10.328,7 |
| Unión Europea | >[250] | >[250] | >[250] |
| España | >[60] | >[60] | >[60] |

Fuente: Notificación

III.2. UMBRO plc (UMBRO)

UMBRO es una sociedad activa en el diseño, desarrollo y comercialización de calzado, ropa y equipamiento deportivo de calidad, incluyendo réplicas de equipos deportivos.

La actividad de UMBRO se realiza principalmente en el Reino Unido e Irlanda, a través de sus propias empresas en el Reino Unido y Estados Unidos y una red de 45 licenciarios. Además, comercializa sus productos en más de 90 países, fabricando sus productos a través de contratos independientes en países del Extremo Oriente.

Igualmente, UMBRO patrocina y suministra réplicas en exclusiva del equipamiento deportivo de la selección nacional de fútbol inglesa, su principal negocio en el Reino Unido en términos de ventas. Asimismo, UMBRO ha suscrito contratos con la Asociación de Fútbol inglesa y patrocina a cinco equipos de la primera división de la liga inglesa, un equipo en Escocia y a la selección nacional irlandesa. En España, patrocina a dos clubes pertenecientes a la Segunda División de la Liga de Fútbol Profesional.

UMBRO opera en el mercado español de forma directa y a través de su licenciario independiente UMBRO, S.L.

La facturación de UMBRO en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es, según la notificante, la siguiente:



| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE UMBRO (MILLONES EUROS) | | | |
|--|---------|---------|---------|
| | 2004 | 2005 | 2006 |
| Mundial | 206,8 | 179,8 | 219,3 |
| Unión Europea | < [250] | < [250] | < [250] |
| España | <[60] | <[60] | <[60] |

Fuente: Notificación

IV. MERCADOS RELEVANTES

IV.1. Mercado de producto

Las actividades de las empresas que participan en la operación se enmarcan en el mercado de diseño, desarrollo y comercialización de calzado, ropa y equipamiento deportivo.

De acuerdo con el precedente comunitario COMP/M.3942 ADIDAS/REEBOK¹ estas actividades podrían segmentarse en los siguientes mercados: (i) calzado deportivo; (ii) ropa deportiva; y (iii) otro equipamiento deportivo².

En este precedente, la Comisión Europea únicamente analiza el mercado de calzado deportivo considerando la gran variedad de productos en función de las diferentes categorías de prácticas deportivas.

Asimismo, la Comisión Europea señala que en las tres últimas décadas se han producido modificaciones importantes en esta industria como consecuencia de los cambios en los hábitos deportivos de una gran número de consumidores, utilizándose en la actualidad calzado deportivo de forma generalizada para actividades de ocio y tiempo libre. Así, en la actualidad, de forma intuitiva podría identificarse un mercado de calzado deportivo para la práctica de un deporte y calzado deportivo para actividades de ocio y tiempo libre.

Igualmente, podrían considerarse subsegmentos de productos de calzado deportivo en función de cada tipo de deporte o por grupos de categorías de deportes.

No obstante, la Comisión Europea ha indicado que tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda, es difícil de realizar una delimitación precisa de cada uno de estos mercados. De hecho, los principales oferentes generalmente fabrican una amplia gama de zapato deportivo y en cada categoría deportiva –con la excepción del fútbol– al menos el 40% de los consumidores compran calzado deportivo únicamente motivado por razones de ocio y tiempo libre.

En este sentido, la Comisión Europea consideró que las botas de fútbol con tacos para la práctica de este deporte son el único calzado que podría constituir un mercado de producto separado, aunque, no obstante, dejó abierta una definición exacta de cada tipo de mercado.

¹ El expediente comunitario, M.3765 AMER/SALOMON, incluye únicamente equipamiento para deportes de invierno.

² No hay precedentes nacionales en este sector, con la excepción del expediente N-05039 *Quiksilver/Rossignol*, relacionado con artículos para la práctica del snowboard y esquí.



En la presente operación, NIKE comercializa actualmente en España calzado, ropa y equipamiento deportivo en general, mientras que UMBRO está básicamente especializado en ropa, calzado y equipamiento para la práctica del fútbol. Así, el [...] % de la facturación de UMBRO en los tres últimos ejercicios económicos procede de la comercialización de equipamiento deportivo para fútbol: ropa, complementos y calzado, principalmente botas.

De acuerdo con lo señalado con anterioridad, y en la medida en que en el mercado de ropa deportiva la cuota resultante es inferior al [...] % y la adición inferior a [...] %, a los efectos de la presente operación, los mercados relevantes son el de calzado deportivo en general, y dentro del mismo, el segmento de botas para fútbol.

IV. 2. Mercado geográfico

En la decisión de la Comisión Europea a la que se ha hecho referencia anteriormente, se define el mercado geográfico de calzado deportivo como de ámbito nacional, aunque podría ser supranacional en algunas áreas del EEE, ya que, señala la Comisión Europea, existe una tendencia hacia mercados más amplios, debido principalmente a que tanto los grandes oferentes como los minoristas muestran características comunes en el mercado europeo. No obstante, la Comisión Europea también ha constatado que persisten diferencias entre países en precios, en gustos y tradiciones deportivas al igual que en cuotas de mercado de los oferentes y canales de distribución.

A la vista de lo anterior, y en la medida en que no afecta a las conclusiones del análisis, no se considera preciso cerrar la definición de mercado geográfico y se analizarán los efectos de la operación en los mercados de calzado deportivo en general y en el de botas para fútbol en España.

V. ANÁLISIS DEL MERCADO

V.1.- Estructura de la oferta

La industria del calzado deportivo se caracteriza por la presencia de un pequeño grupo de empresas multinacionales (principalmente NIKE y ADIDAS/REEBOK), activas en prácticamente todas las categorías de deporte y tiempo libre, junto a sociedades más pequeñas, generalmente especializadas en tipos de deporte (entre otras, ASICS y PUMA) y un último grupo de pequeños oferentes claramente especializados en una o muy pocas categorías de deporte y/o áreas geográficas (MIZUNO, K SWISS, UMBRO, DIADORA,..).

Igualmente, como ya se ha señalado con anterioridad, el sector ha experimentado una transformación importante en las últimas décadas como consecuencia de cambios en los hábitos de consumo, con la entrada de operadores que, aunque no constituyendo esta su principal actividad, incluyen en su producción ropa y calzado deportivo (El Corte Inglés, Zara, Carrefour,..).

En las dos siguientes tablas se incluyen las cuotas de mercado de las partes y de sus principales competidores en España, en el mercado relevante de calzado deportivo y botas para fútbol, en los tres últimos años.

| MERCADO DE CALZADO DEPORTIVO EN ESPAÑA (EN VALOR) | | | |
|--|-------------|-----------------|-----------------|
| Empresa | 2004 | 2005 | 2006 |
| NIKE | n.d.d | [20-30]% | [20-30]% |
| UMBRO | n.d.d | [0-10]% | [0-10]% |
| NIKE+UMBRO | n.d.d | [20-30]% | [30-40]% |
| ADIDAS/REEBOK | n.d.d | n.d.d | [20-30]% |
| PUMA | n.d.d | n.d.d | [0-10]% |
| Otros | n.d.d | n.d.d | [30-40]% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% |

| MERCADO DE BOTAS PARA FÚTBOL EN ESPAÑA (EN VALOR) | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|
| Empresa | 2004 | 2005 | 2006 |
| ADIDAS | [20-30]% | [20-30]% | [20-30]% |
| NIKE | [20-30]% | [30-40]% | [20-30]% |
| UMBRO | [10-20]% | [10-20]% | [0-10]% |
| NIKE+UMBRO | [30-40]% | [40-50]% | [30-40]% |
| JOMA | [0-10]% | [0-10]% | [0-10]% |
| Otros | [30-40]% | [20-30]% | [20-30]% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% |

Fuente: notificación.

NIKE ocupa la primera posición en el mercado de calzado deportivo con un cuota del [20-30]%, con una adición del cuota del [0-10]%, por lo que la cuota de la entidad resultante será del [30-40]%. El principal competidor es ADIDAS con una cuota ligeramente inferior del [20-30]%, seguido de PUMA con un [0-10]%

En el mercado más estrecho de botas para fútbol, la cuota resultante de la operación es del [30-30]%, ([20-30] NIKE y [0-10] UMBRO), situándose como primer operador en este mercado. Los principales competidores son ADIDAS [20-30] y JOMA [0-10]%

V.2.- Estructura de la demanda, distribución y precios

En general, la demanda de calzado deportivo se caracteriza, según la notificante, por un cambio continuo de preferencias sobre la marca, imagen y diseño del producto y por una fidelidad a la marca muy baja.

La notificante señala que el precio es un elemento importante en la selección del producto por lo que la elasticidad de la demanda precio es elevada. No obstante, en algunos tipos de calzado deportivo, las características técnicas del producto, su rendimiento y el diseño son los factores determinantes en su elección.

De hecho, en cuanto al comportamiento de la demanda y los precios en el mercado español, la notificante considera que parecen existir dos niveles de segmentación de precios del calzado deportivo: (i) Un grupo más numeroso de consumidores sensibles al precio, con una alta elasticidad de la demanda que propicia que las subidas de precios por parte de un operador tiendan a traducirse en un crecimiento de la demanda de los competidores que apliquen precios menores. A la elevada elasticidad precio de la demanda se suma la estacionalidad de las ventas que se concentran mayoritariamente, como en el caso del calzado juvenil, durante los meses de agosto a octubre; (ii) otro grupo de consumidores, menos numeroso, menos sensibles a las variaciones en los precios, que dan prioridad a las tendencias de la moda, a la marca, la tecnología o el modelo.



En relación con el sistema de distribución, NIKE está presente en el mercado español a través de su filial American NIKE, S.A., la cual opera como agente de ventas para España y Portugal de todos los productos de la marca NIKE.

Por su parte, UMBRO comercializa sus productos en España de forma directa y a través de su licenciataria independiente UMBRO, S.L., que cuenta con [...] agentes de venta.

Generalmente, estos productos se comercializan a través de una amplia gama de establecimientos, desde tiendas especializadas hasta establecimientos de gran consumo, así como ventas por catálogo o internet.

V.3.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

La estructura de los mercados de calzado deportivo está relativamente fragmentada. El acceso al mercado por parte de nuevos operadores como los principales distribuidores minoristas (El Corte Inglés o Decathlon) pone de manifiesto, según la notificante, la expugnabilidad de los mismos.

La notificante indica que la fabricación de calzado deportivo y de fútbol no requiere de un *know how* o tecnología significativos. Los artículos de distintos fabricantes presentan características bastante homogéneas, siendo el diseño y la marca los principales elementos de diferenciación.

El acceso a la distribución tampoco constituye una barrera de entrada al mercado. Un nuevo competidor puede optar por establecer su propia red de distribución o por vender sus productos a través de distribuidores especializados independientes, entre los que se incluyen grandes empresas de distribución que venden diferentes marcas.

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de NIKE del control exclusivo de UMBRO.

La operación afecta al mercado de ropa y calzado deportivo y, dentro de los mismos, las categorías de ropa y botas para fútbol.

La cuota de mercado, en valor, de la entidad resultante en el mercado global de calzado deportivo en España es del [30-40]%, con una adición de cuota de [0-10] puntos, por lo que no se modifica de manera significativa la estructura de la oferta en dicho mercado.

En cuanto al segmento de botas de fútbol, donde desarrolla principalmente su actividad la adquirida UMBRO, la cuota conjunta de NIKE y UMBRO es del [30-40]%, siendo la adición de cuota de [0-10] puntos. Así, se refuerza la posición de la entidad resultante, que pasa de ocupar el segundo puesto al primero.

No obstante, es un mercado en el que persiste un importante competidor, ADIDAS, donde la diferenciación de productos y la imagen marca es muy importante, y donde no parecen existir barreras a la entrada inexpugnables.

A la vista de lo anterior, no es previsible que la operación notificada resulte en una amenaza para la competencia efectiva en el mercado considerado.



VII. 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.