

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**

### **EXPEDIENTE C/0974/18 CARLYLE/GRUPO CODORNIU**

---

#### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 6 de septiembre de 2018 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados (CNMC) y la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición del control exclusivo de UNIDECO, S.A. y de CODORNIU, S.A. y sus filiales (conjuntamente, GRUPO CODORNIU) por parte de THE CARLYLE GROUP (CARLYLE).
- (2) Dicha notificación fue realizada, mediante formulario abreviado, por CEP IV Participations S.á.r.l. SICAR según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar los umbrales establecidos en la letra b) del artículo 8.1 de la mencionada norma.
- (3) Con base en el artículo 56.2 de la LDC, la Dirección de Competencia acordó exigir la presentación del formulario ordinario de notificación, por entender que no se cumplían los requisitos para formulario abreviado contemplados en el art. 57.1 b) 2º del Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), al alcanzar las participes en la concentración una cuota conjunta superior al 25% en un mercado de producto verticalmente relacionado con un mercado de producto en el que opera la adquirida en el ámbito nacional. Este acuerdo fue notificado el 11 de septiembre de 2018.
- (4) Con fecha 13 de septiembre de 2018 fue notificada la operación mediante formulario ordinario. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el RDC.
- (5) Con fecha 28 de septiembre de 2018, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 55.5 de la LDC, se solicitó a la notificante que aportara copia de la versión definitiva y firmada por las Partes del Contrato de compraventa de acciones y del acuerdo entre accionistas, suspendiéndose el plazo máximo previsto para su autorización.
- (6) La respuesta a este requerimiento se recibió el 3 de octubre de 2018, siendo la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento el **18 de octubre de 2018** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (7) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (8) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

- (9) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse los umbrales establecidos en el artículo 8.1.a) y b) de la misma.

### **III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (10) La operación de concentración consiste en la adquisición del control exclusivo por parte de CARLYLE EUROPE PARTNERS IV L.P. (CEP IV), a través de la sociedad vehículo CEP IV BUBBLE S.á.r.l. (CEP IV BUBBLE) de UNIDECO, S.A. y de CODORNIU, S.A. (conjuntamente, GRUPO CODORNIU). El Fondo CEP IV está en última instancia controlado por THE CARLYLE GROUP, L.P. (CARLYLE).
- (11) La operación se articulará mediante un contrato de compraventa de acciones representativas del 66% del capital social de la matriz de CODORNIU, S.A., UNIDECO S.A., firmado entre esta sociedad y CEP IV BUBBLE. Inmediatamente después, CEP IV BUBBLE causará que UNIDECO S.A., que ya tiene acciones en CODORNIU S.A. representativas del 82% de su capital social, adquiera acciones adicionales y representativas del 11% del capital social de CODORNIU S.A. así como de sus filiales directas e indirectas. El contrato se firmó el pasado 29 de septiembre de 2018.

### **IV. EMPRESAS PARTICIPES**

#### **IV.1. THE CARLYLE GROUP, L.P. (“CARLYLE”)**

- (12) CARLYLE es un gestor global de activos alternativos, que gestiona los fondos que invierte a nivel mundial a través de cuatro disciplinas de inversión: (i) Capital de inversión corporativo (adquisiciones y desarrollo de capital); (ii) Bienes inmuebles (propiedades, infraestructura, energía y recursos renovables); (iii) Estrategias globales de mercado (crédito estructurado, financiación intermedia, activos en crisis, fondos de cobertura y deuda del mercado medio); y (iv) Soluciones (fondos de capital de inversión del programa de fondos, coinversión relacionada y actividades secundarias).
- (13) CARLYLE no está controlada por ninguna entidad o persona física. Además, según la notificante, ni CARLYLE ni sus fondos poseen participación alguna, ni de control ni minoritaria, en ninguna empresa activa en los mercados afectados por la presente operación con la excepción de dos empresas controladas por CARLYLE: SAVERGLASS, especialista en la fabricación y decoración de botellas de vino y ACCOLADE WINES que importa a España vinos de diferentes orígenes, si bien ambas sociedades tienen una actividad marginal en España.
- (14) La facturación de CARLYLE en 2017, conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC) fue, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE CARLYLE (en millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>5.000] <sup>1</sup>	[>250]	[>60]

Fuente: Notificante

## IV.2. UNIDECO S.A. y CODORNÍU S.A. (“GRUPO CODORNÍU”)

- (15) GRUPO CODORNÍU está integrado por Unideco S.A., matriz de Codorníu S.A. y sus respectivas filiales directas e indirectas<sup>2</sup>. Se encuentra activo en la producción, marketing y venta al por mayor de vino<sup>3</sup> y productos relacionados. Es principalmente reconocido por su cava.
- (16) Las principales marcas de GRUPO CODORNÍU son *Codorníu*, *Raimat*<sup>4</sup>, *Viña Pomal*, *Legaris*, *Scala Dei* y *Artesa*. La mayoría de sus bodegas de vinos e instalaciones de distribución se encuentran en España, pero también cuenta con instalaciones de producción en Argentina y Estados Unidos.
- (17) GRUPO CODORNÍU vende vinos en todo el mundo a través de asociaciones con distribuidores locales y tiene oficinas regionales en África, América, Asia y Europa. Sin embargo, el GRUPO CODORNÍU genera la mayoría de sus ingresos por ventas a clientes en España (aproximadamente un [...]%). Sus principales clientes incluyen grandes almacenes españoles, como El Corte Inglés, y grandes cadenas de supermercados, como Carrefour, Mercadona y DIA.
- (18) La facturación de GRUPO CODORNÍU en 2017, conforme al artículo 5 del RDC fue, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE GRUPO CODORNÍU (en millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[>60]

Fuente: Notificante

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1 Mercados de producto

- (19) El sector económico afectado por la operación es el de la elaboración de vinos (código NACE C.11.02), concretamente se ven afectados los mercados de fabricación y comercialización de vinos tranquilos y vinos espumosos (con la excepción del champán).

<sup>1</sup> Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial

<sup>2</sup> UNIDECO S.A. posee el 100% de las acciones de la sociedad RAIMAT, que tiene como única actividad prestar servicios de comercialización de los productos del GRUPO CODORNÍU en España, y el 82,6% de acciones de CODORNÍU S.A. A su vez, ésta posee participaciones en diversas empresas relacionadas con el mercado del vino y varias bodegas.

<sup>3</sup> Según la notificante, GRUPO CODORNÍU tiene una reducida actividad de ventas minoristas (online y actividades en las bodegas de vino)

<sup>4</sup> A pesar de la coincidencia en el nombre con la sociedad RAIMAT, estos vinos son propiedad de Codorníu S.A.

- (20) Teniendo en cuenta las actividades de las partes y tanto los precedentes nacionales<sup>5</sup> como europeos<sup>6</sup>, se han venido distinguiendo entre los vinos tranquilos y los vinos espumosos (distintos del champán).
- (21) La adquirida produce cava, que estaría incluido dentro del mercado de vinos espumosos distintos del champán. La Comisión<sup>7</sup> especificó que los vinos espumosos que no sean champán, los vinos tranquilos, el champán, los vinos encabezados (como de Oporto y de Jerez) y los aperitivos ligeros constituyen, cada uno de ellos, mercados de producto separados.
- (22) Dentro del mercado de los vinos tranquilos, donde también se encuentra la adquirida produciendo vinos de diferentes orígenes y colores, se han considerado además posibles segmentaciones según la denominación de origen y denominaciones destinadas a certificar el origen o la naturaleza del producto y según el color, pero dejándose abierta cualquier posterior definición. La Comisión<sup>8</sup> resolvió que los vinos tranquilos de diferente origen se consideran sustitutos desde el punto de vista de la demanda y que, en particular, los vinos europeos y los vinos del Nuevo Mundo compiten directamente. Por otra parte, la Comisión resolvió que los consumidores no ven los vinos tranquilos de diferentes colores como sustitutos y, que, por lo tanto, una potencial segmentación del mercado del producto pertinente por color (por ejemplo, tinto, blanco y rosa) podría considerarse apropiada, si bien, dejó finalmente esta posible segmentación abierta. La Comisión consideró otra posible segmentación basada en el precio, pero finalmente la descartó porque los precios de los vinos en diferentes categorías de precios tienden a moverse juntos a lo largo del tiempo<sup>9</sup>
- (23) En precedentes en el sector de la alimentación en general, tanto nacionales<sup>10</sup> como comunitarios<sup>11</sup>, las autoridades de competencia han segmentado los mercados de producto atendiendo al tipo de cliente al que se venden: i) canal HORECA (sector hotelero, restauración y catering); y ii) canal alimentación (hipermercados, supermercados, tiendas, etc.), dadas las diferentes necesidades de los clientes de ambos canales, así como la habitual diferenciación de empaquetamiento, tamaño o precio de los productos según el canal. Dentro del canal alimentación, se han distinguido asimismo dos sub-mercados en función del destino final de los productos: (i) el canal minorista, de venta a consumidores finales, que incluye tanto marcas del fabricante (MDF), como marcas del distribuidor (MDD) y, por otro lado, (ii) el canal mayorista, de producción y venta a grandes superficies para su comercialización bien bajo MDF, bien bajo marca del distribuidor (MDD).

---

<sup>5</sup> C-0262/10 DIEGO ZAMORA/AMBROSIO VELASCO

<sup>6</sup> M.5114 Pernod Ricard / V&S ; M. 6149 - SUNTORY / CASTEL / GMdF / SAVOUR CLUB / MAAF SUBSIDIARIES

<sup>7</sup> M.5114 Pernod Ricard / V&S

<sup>8</sup> Idem

<sup>9</sup> Idem

<sup>10</sup> C-0828/17 GARCÍA CARRIÓN/DAFSA., C/0789/16 Grupo Palacios/Fuenteaja, C-0166/09 Galletas Siro/SaraLee, N-03029 Iberfruta/Ian, N-03035 Cuetara/Aceica ; C/461/12 BIMBO/FÁBRICA DE CATDES, C/353/11 EBRO/SOS ACTIVOS, C- 341/11 Siro/Nutrexpa Activos; C-217/10 Lactalis/Forlasa, entre otros

<sup>11</sup> M.2097 SCA/METSÄ TISSUE; /M.2337 NESTLE/RALSTON PURINA; /M.2530 SÜDZUCKER/SAINT LOUISE SUCRE, entre otros.

- (24) La anterior distinción ha sido realizada en los citados precedentes, considerando que desde la perspectiva del distribuidor los productos de marca blanca no son sustituibles por los de marca propia, basándose sobre todo en las diferencias de negociación con el fabricante entre MDD y MDF. Por el contrario, en el canal minorista de alimentación, se considera que, desde la perspectiva del consumidor final, los productos comercializados bajo MDF y productos comercializados bajo MDD son sustitutivos entre si y pertenecen al mismo mercado.
- (25) Según la notificante, GRUPO CODORNÍU vende sus productos a través de los canales HORECA y alimentación a grandes almacenes e importantes cadenas de supermercados para su comercialización sólo bajo MDF sin comercializar ninguno de sus vinos bajo MDD.
- (26) Respecto al mercado, relacionado aguas arriba, de la producción de botellas, en el que está presente SAVERGLASS, empresa controlada por CARLYLE, el reciente precedente nacional C/0893/17 VIDRALA/SANTOS BAROSA consideró como relevante el mercado amplio de los envases de vidrio para alimentos y bebidas.
- (27) Por tanto, a los efectos de la presente operación se considerarán los siguientes mercados relevantes: i) Elaboración y comercialización mayorista de vinos espumosos (excepto champán), tanto en a) canal HORECA y b) canal alimentación bajo MDF; ii) Elaboración y comercialización mayorista de vinos tranquilos, tanto en a) canal HORECA como b) Alimentación bajo MDF; iii) Elaboración y comercialización minorista de vinos espumosos (excepto champán) <sup>12</sup> y iv) Elaboración y comercialización minorista de vinos tranquilos.
- (28) Por último, se analizará el mercado ascendente de fabricación de envases de vidrio para alimentos y bebidas en el que está presente la adquirente.

## **V.2 Mercados geográficos**

- (29) En relación con la dimensión geográfica de los mercados, los precedentes tanto nacionales como comunitarios citados con anterioridad coinciden en definirlos de carácter nacional.
- (30) En referencia a la dimensión geográfica del mercado de envases de vidrio para bebidas y uso alimentario, diversos precedentes europeos<sup>13</sup> han apreciado que una distancia de 400-500 km alrededor de la respectiva planta de producción es un radio adecuado para definir geográficamente este mercado. En el precedente nacional C/0893/17 VIDRALA/SANTOS BAROSA, la CNMC analizó tanto el mercado nacional como el mercado ibérico.
- (31) Por tanto, a los efectos de la presente operación, se valorarán las cuotas en España de las partes en los mercados consignados más arriba.

---

<sup>12</sup> Las cuotas estimadas y aportadas por las Partes corresponden al mercado mayorista incluyendo MDD y MDF. La notificante entiende que las cifras que se facilitan en relación con el mercado mayorista (MDD + MDF) representan una aproximación adecuada de las cuotas estimadas que podrían tener las Partes y sus competidores a nivel minorista.

<sup>13</sup> M.1539 CVC/Danone/Gerresheimer, M.3397 Owens-Illinois/BSN Glasspack y M.6025Ardagh/Impress

## **VI. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **VI.1. Estructura de la oferta**

- (32) Los sectores económicos afectados por la operación son los de elaboración y comercialización mayorista y minorista de vinos espumosos (excepto champán) y de vinos tranquilos, donde ambas partes están presentes<sup>14</sup> y el mercado ascendente y verticalmente relacionado con los anteriores de la fabricación de envases de vidrio para alimentación y bebida, en el que está presente la adquirente a través de la empresa SAVERGLASS.
- (33) Según la notificante, los mercados de vinos espumosos (excepto champán) y vinos tranquilos se encuentran en una fase de madurez. Son mercados fragmentados, con mucha competencia entre las empresas existentes y donde los precios se fijan en condiciones muy competitivas.
- (34) La mayoría de los vinos espumosos y tranquilos vendidos en España son producidos en España, destacando la tendencia hacia la exportación, especialmente de los vinos envasados y los vinos con denominación de origen tanto tranquilos como espumosos. Por lo que respecta a la importación de vinos internacionales provenientes de países como Francia, Italia, Argentina, Chile o Nueva Zelanda, según las partes, éstos se venden a precios bajos, provocando un aumento de la presión competitiva del sector vinícola. Algo similar sucede con los vinos espumosos, especialmente con la presión creciente del Prosecco italiano.
- (35) La producción de cava necesita la realización de una serie de actividades (recolección y transporte de la uva, fermentación, encubado, filtración, embotellado, etc.) y de recursos (mano de obra, etc.), cuyo coste determina el coste final de producción del cava.
- (36) Según las partes, los proveedores de CODORNÍU son proveedores externos, que proporcionan los componentes claves y las materias primas utilizadas en la fabricación de los vinos de CODORNÍU (a saber, botellas de vidrio, corchos, etc.).
- (37) En referencia los contratos de suministro de envases de vidrio, según la notificante, a menudo son de corta duración (hasta tres años). Por regla general, las cantidades y los precios se renegocian periódicamente, siendo lo más normal que los términos y condiciones se revisen anualmente. Las listas de precios no son comúnmente utilizadas por los productores de envases de vidrio, sino que los precios se fijan a través de licitaciones competitivas: los clientes buscan las mejores ofertas de entre los productores de envases de vidrios a los cuales realizan pedidos individualizados de acuerdo a diversas especificaciones (que incluyen forma, diseño, color, peso, etc.). La mayoría de los clientes considera que puede cambiar de proveedor sin dificultad y con poca antelación. Los contratos de suministro no son exclusivos, lo que significa que la mayoría de los clientes han diversificado sus fuentes de suministro (un solo cliente a menudo tiene dos o más proveedores del mismo

---

<sup>14</sup> El grupo CARLYLE está presente a través de la empresa ACCOLADE WINES, si bien como se verá, de manera muy residual.

producto). Según las partes, no se esperan cambios significativos en los contratos con proveedores existentes tras la ejecución de la presente operación.

- (38) En las siguientes tablas se muestran las cuotas del mercado nacional de 2017<sup>15</sup> en los mercados de **comercialización mayorista: (i) vinos espumosos canal alimentación MDF y (ii) vinos tranquilos canal alimentación MDF**, en los que se solapan las partes.

<b>Mercado Nacional de elaboración y comercialización mayorista de vinos espumosos (excepto champán) bajo MDF (2017)</b>		
	VALOR	VOLUMEN
G. CODORNIU	[30-40]%	[20-30]%
ACCOLADE WINES	[0-10]%	[0-10]%
<b>CONJUNTA</b>	<b>[30-40]%</b>	<b>[20-30]%</b>
G FREIXENET	[20-30]%	[30-40]%
GARCIA CARRION	[0-10]%	[10-20]%
JUVE&CAMPS	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[20-30]%	[20-30]%

Fuente: notificante

<b>Mercado Nacional de elaboración y comercialización mayorista de vinos tranquilos bajo MDF (2017)</b>		
	VALOR	VOLUMEN
G. CODORNIU	[0-10]%	[0-10]%
ACCOLADE WINES	[0-10]%	[0-10]%
<b>CONJUNTA</b>	<b>[0-10]%</b>	<b>[0-10]%</b>
GARCIA CARRIÓN	[10-20]%	[20-30]%
FELIX SOLIS	[0-10]%	[0-10]%
PERNOD RICARD	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[70-80]%	[60-70]%

Fuente: notificante

- (39) En la siguiente tabla se muestran las cuotas del mercado nacional de 2017 de **comercialización minorista de vinos espumosos** (excepto champán) en el que se solapan las actividades de las Partes<sup>16</sup>:

<sup>15</sup> La notificante ha presentado únicamente los datos de cuotas de mercado para el año 2017, confirmando que no se han producido en ningún mercado cambios significativos en las ventas y cuotas en los últimos tres años

<sup>16</sup> Las cuotas estimadas y aportadas por las Partes corresponden al mercado mayorista incluyendo MDD y MDF. La notificante entiende que las cifras que se facilitan en relación con el mercado mayorista (MDD + MDF) representan una aproximación adecuada de las cuotas estimadas que podrían tener las Partes y sus competidores a nivel minorista.

<b>Mercado Nacional de elaboración y comercialización minorista de vinos espumosos (excepto champán) (2017)</b>		
	VALOR	VOLUMEN
G. CODORNIU	[20-30]%	[10-20]%
ACCOLADE WINES	[0-10]%	[0-10]%
<b>CONJUNTA</b>	<b>[20-30]%</b>	<b>[10-20]%</b>
G FREIXENET	[20-30]%	[20-30]%
GARCIA CARRION	[10-20]%	[30-40]%
JUVE&CAMPS	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[20-30]%	[20-30]%

*Fuente: notificante*

- (40) En el **mercado nacional de comercialización minorista de vinos tranquilos** en 2017, la cuota de la adquirida estaría **por debajo del [0-10]%** ya que la notificante estima la cuota de la MDD en un [20-30]% en valor y de un [30-40]% en volumen del total del mercado (MDF+MDD).
- (41) En la siguiente tabla se muestran las cuotas de 2017 en el mercado nacional de **comercialización mayorista de vinos espumosos canal HORECA**, en el que solo está presente la adquirida.

<b>Mercado Nacional de elaboración y comercialización mayorista de vinos espumosos (excepto champán) canal HORECA (2017)</b>		
	VALOR	VOLUMEN
G. CODORNIU	[20-30]%	[10-20]%
G FREIXENET	[10-20]%	[10-20]%
JUVE&CAMPS	[10-20]%	[0-10]%
GARCIA CARRION	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[40-50]%	[50-60]%

*Fuente: notificante*

- (42) En el **mercado de comercialización mayorista de vinos tranquilos canal HORECA**, la cuota estimada de GRUPO CODORNIU es del [0-10]% en valor y del [0-10]% en volumen.

- (43) Con lo que respecta al **mercado ascendente de fabricación de envases de vidrio para alimentos y bebidas** en el que está presente la adquirente a través de SAVERGLASS, la notificante estima su cuota en el suministro de botellas de vidrio de vino en España en 2017 por debajo del [0-10]%. Las cuotas, tanto en valor como en volumen, de sus principales competidores serían de forma aproximada de: VIDRALA [30-40]%, VERALLIA [30-40]%, BA GLASS [10-20]%; OWEN ILLINOIS [10-20]%.

## **VI.2. Estructura de la demanda y canales de distribución**

- (44) Según la notificante, el consumidor medio de vino normalmente no tiene los conocimientos de enología necesarios para evaluar la calidad y diferencias cualitativas de los distintos vinos por lo que el cambio a otros productos similares no supone un problema, siendo los principales criterios a la hora de escoger los proveedores (bodegas) son la calidad, el precio y el reconocimiento de la marca.
- (45) Respecto a la distribución, el mercado de los vinos tranquilos y espumosos se distribuye generalmente a través de distribuidores, ya sea mediante el canal de alimentación o el HORECA. GRUPO CODORNIU utiliza un sistema híbrido de distribución con personal de ventas especializado por canales. El modelo híbrido se basa en concreto, por un lado, en el uso de mayoristas o distribuidores externos y, por otro lado, en la distribución directa a clientes estratégicos (en cuanto a visibilidad y exposición) que se encuentran fundamentalmente en Madrid y Barcelona, para asegurar un servicio de calidad y el mantenimiento de una relación más directa.

## **VI.3. Barreras a la entrada y competencia potencial**

- (46) Según la notificante, no existen barreras sustanciales a la entrada de nuevas empresas en el sector del vino. Tampoco existen barreras significativas al comercio de estos productos. Una parte de los productos vendidos en España son producidos fuera de España y del Espacio Económico Europeo.
- (47) La inversión de capital (equipos, maquinaria e instalaciones) es una barrera relativa para los nuevos competidores, ya que cada año crece el número de bodegas en España.
- (48) Según la notificante, el acceso a los canales de distribución tampoco representa ninguna barrera. Existen múltiples distribuidores en España que estarían dispuestos a ampliar su cartera de productos añadiendo a nuevos proveedores.
- (49) En lo que se refiere a la competencia potencial, dentro de los vinos espumosos, el *prosecco* proveniente de Italia ha entrado en el mercado español con más fuerza en los últimos años. Asimismo, un creciente número de viticultores y bodegueros (nuevos o provenientes del mundo del vino) han empezado a elaborar cava en zonas como Valencia, Extremadura, Aragón, La Rioja o Navarra.

## **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (50) La operación consiste en la adquisición del control exclusivo de GRUPO CODORNÍU por parte de los fondos CARLYLE.
- (51) Los sectores económicos afectados son los de elaboración y comercialización al por mayor de vinos espumosos (excepto champán) y de vinos tranquilos.
- (52) La operación no presenta solapamiento horizontal relevante entre las actividades de las partes a pesar de la presencia de una empresa controlada por la adquirente en el mercado español, ACCOLADE WINES, cuya sede se sitúa en Australia. Esta empresa se dedica a la actividad de importación de vinos tranquilos de Australia, Nueva Zelanda, Chile, Norte América, Sudáfrica, Reino Unido e Italia y sus ventas en España en 2017 representan una cuota muy inferior al [0-10]%. Esta presencia insignificante no conduciría a un impedimento sustancial de competencia en el mercado. La operación únicamente dará lugar a un cambio de titularidad de la posición actual del GRUPO CODORNIU en los mercados afectados, sin alterarse la estructura competitiva de los mismos.
- (53) Si bien la operación da lugar a solapamientos verticales superiores al 25% en valor entre el mercado de fabricación de envases de vidrio para alimentación y bebida, en el que está presente SAVERGLASS, y los mercados de fabricación y comercialización de vinos espumosos (excepto champán), tanto en canal HORECA como en canal alimentación, tanto minorista (MDF y MDD), como en el sub-mercado de canal alimentación mayorista bajo MDF, no se considera que los mismos vayan a constituir un riesgo para la competencia. A este respecto, la notificante afirma no tener la intención de rescindir los contratos actuales del GRUPO CODORNIU con VERALLIA ni con [...], actuales suministradores de sus envases de vidrio, para sustituirlos por SAVERGLASS. Además, SAVERGLASS no tiene plantas de producción en España.
- (54) En este sentido, tampoco es esperable un bloqueo de insumos ya que: (i) los competidores de GRUPO CODORNÍU seguirán teniendo acceso a múltiples fabricantes de botellas como VIDRALA, VERALLIA, BA GLASS u OWEN ILLINOIS, (ii) el producto en sí no presenta características diferenciadoras decisivas, (iii) las compras de botellas por parte de GRUPO CODORNIU están muy por debajo del [10-20]% de la demanda total de botellas de vidrio en España y (iv) los contratos de suministro de botellas suelen ser de corta duración y no exclusivos.
- (55) Tampoco son de esperar efectos cartera dado que sólo son esperables cuando, dadas las características de los productos, éstos son complementarios o suelen ser comprados por los mismos clientes de forma simultánea para un mismo uso final. Esto no se da con respecto al GRUPO CODORNIU Y ACCOLADE WINES (cuya presencia en el mercado español es insignificante). Las insignificantes ventas de ACCOLADE WINES en España se realizan a través de un único mayorista que revende principalmente a minoristas especializados (por ejemplo, vinotecas) con un amplio abanico de vinos de distintas procedencias (incluidos vinos de

Hispanoamérica), mientras que los principales clientes de GRUPO CODORNIU son las grandes cadenas de comercio minorista, con unas pautas de compra bien distintas. Además, según las partes, existen competidores que cuentan con amplias carteras de productos que son, al menos, comparables con la cartera que la entidad resultante tendrá después de la Operación, y los clientes podrían asimismo dirigirse a distribuidores que ofrezcan carteras amplias que incluyan diferentes productos de distintos productores.

- (56) A la luz de las consideraciones anteriores, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados analizados, por lo que se considera que la operación es susceptible de ser **autorizada en primera fase sin compromisos**.

## **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.