

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1121/20 ABAC / MAIPE / ELASA / LLANERA / NORVET

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 25 de agosto de 2020 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición del control exclusivo por parte de Abac Solutions SCA (en adelante, ABAC) de Maipe Comercial, S.L. (en adelante, MAIPE), Elasa, S.A. (en adelante, ELASA), Comercial Veterinaria Llanera, S.L. (en adelante, LLANERA) y Noroeste Veterinario, S.L. (en adelante, NORVET).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por ABAC según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, 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 (en adelante, RDC).
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **25 de septiembre de 2020**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (4) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (5) 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.
- (6) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en la letra 1.a) del artículo 8 de la misma.
- (7) La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia en España.

III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (8) La operación propuesta consiste en la adquisición por parte de ABAC del control exclusivo de MAIPE, ELASA, LLANERA y NORVET (conjuntamente 'el Negocio Adquirido').
- (9) La operación se instrumentaliza mediante la firma de 4 contratos de compraventa de Acciones el día 27 de julio de 2020. En esa misma fecha se firman el pacto de socios de MAIPE y el pacto de accionistas temporal de ELASA¹.

¹ Del funcionamiento de los órganos de administración que reflejan se infiere el control exclusivo de ABAC.

- (10) Como resultado de estos contratos, ABAC adquirirá una participación de control del 88% en MAIPE² y, a través de ésta, participaciones de control del 65% en ELASA, del 100% en LLANERA y del 100% en NORVET. Asimismo, se constituirá un compromiso irrevocable de compra y venta del 35% restante de ELASA a favor de MAIPE, ejecutable a partir del **[Confidencial]**.
- (11) La notificante manifiesta que las adquisiciones de MAIPE, ELASA, LLANERA y NORVET constituyen una única operación por tratarse de cuatro transacciones interrelacionadas en el sentido de los artículos 3 y 5.2 del Reglamento 139/2004 sobre el control de concentraciones entre empresas y de los párrafos 36 y siguientes de la Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia (la Comunicación Jurisdiccional Consolidada) a pesar de no estar condicionadas *de iure*.
- (12) En este sentido, y a la vista de lo establecido en la Comunicación Jurisdiccional Consolidada esta Dirección de Competencia considera que puede concluirse que las cuatro transacciones constituyen una única operación al estar interrelacionadas por existir condicionalidad *de facto* por los siguientes motivos. En primer lugar, como resultado de la firma de los contratos ABAC obtiene el control exclusivo de las cuatro compañías adquiridas³. En segundo lugar, las cuatro transacciones se firman de manera simultánea⁴, ante notario en la misma fecha, con todas las partes presentes y en unidad de acto haciendo referencia cada contrato a la existencia de otros contratos de adquisición de empresas del sector⁵. En tercer lugar la notificante declara que todas las adquisiciones persiguen una misma finalidad económica y obedecen a un plan conjunto pues el racional económico de la operación depende enteramente de la consecución de todas las transacciones en la medida en que las empresas operan en el mismo sector y su huella geográfica es complementaria⁶.
- (13) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

² Por su parte, Santaengracia & Pérez, y S.L.U. (en adelante, SANTAENGRACIA) y Junupa Activos, S.L.U. (JUNUPA), en su condición de accionistas de ELASA, adquirirán una participación minoritaria, no de control, del 12% en MAIPE (a razón de 6% de participación cada una).

³ De acuerdo con el párrafo 44 de la Comunicación Jurisdiccional Consolidada « *el principio según el cual varias transacciones pueden considerarse como una única concentración en las condiciones mencionadas sólo se aplica si el resultado es que el control de una o varias empresas es adquirido por las mismas personas o empresas* ».

⁴ Según el párrafo 43 de la Comunicación Jurisdiccional Consolidada « *demonstrar la condicionalidad de facto, puede ser suficiente para considerar las transacciones como una única concentración. Esto exige una evaluación económica para ver si cada una de las transacciones depende necesariamente de la conclusión de las otras. Otra indicación de la interdependencia de varias transacciones podría ser la declaración de las propias partes o la celebración simultánea de los acuerdos pertinentes* ».

⁵ En los Contratos de Compraventa se especifica *'que el Comprador se encuentra inmerso en un proceso de expansión corporativa consistente, principalmente, en la integración de una serie de compañías dedicadas, entre otros, a la distribución de productos zoonosanitarios y en la generación de sinergias'*.

⁶ Párrafo 43 de la Comunicación Jurisdiccional Consolidada.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1 Adquiriente: ABAC SOLUTIONS (SCA) SICAR (ABAC)

- (14) ABAC es un fondo de inversión que centra sus inversiones en empresas españolas activas en diversos sectores como consumo, tecnología y medios de comunicación, servicios, industria y energía⁷.
- (15) De acuerdo a la notificante, el volumen de negocio de ABAC en 2019, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

TABLA 1: VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ABAC 2019 (MILLONES DE €)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[>250]	[>250]	[>240]

Fuente: Notificación

IV.2 Adquirida: MAIPE COMERCIAL, S.L. (MAIPE)

- (16) MAIPE es una empresa domiciliada en Vizcaya que se dedica a la comercialización de productos higiénicos, de alimentación, medicamentos, así como accesorios o diversos complementos para animales.
- (17) MAIPE es una sociedad controlada por una única persona física, D. Isidro Pedernales Jaureguizar, propietario del 100% del capital social de MAIPE.
- (18) De acuerdo a la notificante, el volumen de negocio de MAIPE en 2019, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

TABLA 2: VOLUMEN DE NEGOCIOS DE MAIPE 2019 (MILLONES DE €)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

IV.3 Adquirida: ELASA, S.A (ELASA)

- (19) ELASA es una empresa española que se dedica a la comercialización y distribución de productos zoonosanitarios, instrumental quirúrgico y veterinario, correctores vitamínicos y aditivos de piensos y productos para ganadería y animales domésticos, así como a la comercialización de ganado.
- (20) ELASA cuenta con cinco tiendas, cuatro de ellas situadas en la provincia de Segovia y una situada en Madrid. Asimismo, cuenta con un almacén situado en la provincia de Segovia.
- (21) El capital social de ELASA. está repartido actualmente entre dos socios, SANTAENGRACIA y JUNUPA, cada uno de ellos ostentando el 50% del capital social.
- (22) De acuerdo a la notificante, el volumen de negocio de ELASA en 2019, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

⁷ Ostenta participaciones de control en las siguientes sociedades: Figueras Group, PronoKal Group, Plating Brap, Beer & Food, Motocard, Agroponente e Isolana

TABLA 3: VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ELASA 2019 (MILLONES DE €)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

IV.4 Adquirida: COMERCIAL VETERINARIA LLANERA, S.L. (LLANERA)

- (23) LLANERA es una empresa ubicada en Asturias que se dedica a la comercialización de productos farmacéuticos y veterinarios.
- (24) La estructura societaria de LLANERA está conformada por D. José Ramón Casado Cambor ostentando el 40% del capital social y D. José Luis Pérez Fernández con el 60% restante del capital social.
- (25) De acuerdo a la notificante, el volumen de negocio de LLANERA en 2019, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

TABLA 4: VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LLANERA 2019 (MILLONES DE €)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

IV.5 Adquirida: NOROESTE VETERINARIO, S.L. (NORVET)

- (26) NORVET es una sociedad con domicilio social en Lugo que dedica a la distribución de productos zoonosanitarios en la provincia de Galicia. El capital social NORVET está conformado por un socio principal, D. José Luis Tarela Costa que ostenta el 50% del capital social y tres socios minoritarios⁸.
- (27) De acuerdo a la notificante, el volumen de negocio de NORVET en 2019, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

TABLA 5: VOLUMEN DE NEGOCIOS DE NORVET 2019 (MILLONES DE €)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

V. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (28) En los cuatro contratos de compraventa de acciones mediante los cuales se articula la operación, se establecen ciertas cláusulas que las partes firmantes del contrato consideran necesarias para obtener el valor íntegro de la empresa adquirida.

V.1 Cláusula de no competencia

- (29) En los puntos 8.1 de los cuatro contratos de compraventa de acciones se acuerda que los vendedores y sus familiares hasta el primer grado de consanguinidad o

⁸ D. Pedro Lema Iglesias, Dña. Rosa María Lema Iglesias y D. Julio Lema Iglesias, cada uno de ellos con el 16,67% restante del capital social.

afinidad se comprometen a no ser propietarios de sociedades o negocios que desempeñen, directa o indirectamente, el negocio adquirido, y a no dirigirlos, gestionarlos, controlarlos o participar en ellos como inversores, administradores, asesores o directivos, durante un periodo de **[superior a tres años]** desde la fecha de cierre.

- (30) La obligación de no competencia se circunscribe al territorio de España.
- (31) Las partes acuerdan excluir de la obligación de no competencia a **[confidencial]**.

V.1 Cláusula de no captación

- (32) En los puntos 8.2 de los cuatro contratos de compraventa de acciones se acuerda que los Vendedores y sus familiares hasta el primer grado de consanguineidad o afinidad se comprometen a solicitar, promover o facilitar empleo o arrendamientos de servicios a empleados o miembros del equipo directivo de las sociedades, durante un periodo de **[superior a tres años]** desde la fecha de cierre.

V.3 Valoración

- (33) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), 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”*.
- (34) 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) considera que una cláusula inhibitoria de la competencia impuesta al vendedor en el contexto de la cesión de toda o parte de una empresa puede estar directamente vinculada a la realización de la concentración y es necesaria a tal fin cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo.
- (35) De acuerdo con la Comunicación, estas cláusulas 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. Si solo incluye fondo de comercio, dos años.
- (36) En relación a las cláusulas de no captación, la Comunicación aclara que estas cláusulas, se evalúan de forma similar a los pactos inhibitorios de la competencia.
- (37) En consecuencia, las anteriores cláusulas se consideran accesorias y necesarias a la vista de su ámbito objetivo y geográfico salvo las limitaciones a la tenencia de acciones con fines exclusivamente de inversión financiera contenidas en el pacto de no competencia, las cuales de acuerdo con la Comunicación no están directamente vinculadas a la realización de la concentración y no son necesarias a tal fin, y, por tanto, quedarán sujetas a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.
- (38) De igual manera, por lo que respecta al ámbito subjetivo y de acuerdo con la práctica de la CNMC la extensión de las cláusulas de no competencia y no captación

a los familiares hasta el primer grado de consanguineidad o afinidad de los Vendedores no tendrá la consideración de restricción necesaria y accesorio para la operación y, por tanto, quedará sujeta a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.

- (39) Por lo que respecta a la duración de ambas cláusulas, toda limitación que exceda de tres años no tendrá la consideración de restricción necesaria y accesorio para la operación y, por tanto, quedará sujeta a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercado de producto

- (40) Los sectores económicos afectados por la operación son i) el comercio al por mayor de cereales, tabaco en rama, simientes y comida para animales (código NACE G.4621) y ii) el comercio al por mayor de productos farmacéuticos (código NACE G.4646) en los que operan las adquiridas. La notificante indica que ninguna de las empresas participadas por ABAC opera en ningún sector relacionado (vertical u horizontalmente) con las actividades realizadas por las empresas que conforman el negocio adquirido.
- (41) Aunque no se han identificado precedentes comunitarios en el mercado de distribución mayorista de productos veterinarios⁹, la CNMC ha tenido oportunidad de analizar los mercados afectados por la operación propuesta en el expediente C/1101/20 COVETRUS / DISTRIVET.
- (42) La notificante considera que debería definirse un único mercado de producto de distribución mayorista de productos farmacéuticos, consumibles¹⁰ y comida para animales, ya que en la práctica la mayoría de los distribuidores mayoristas suministran toda la gama de productos y servicios destinados a satisfacer las necesidades de los consumidores de forma integral, es decir, incluyendo productos farmacéuticos, consumibles y alimentos.
- (43) No obstante, existen aspectos por los que podría definirse un mercado de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para animales distinto del mercado de distribución al por mayor de comida para animales. En este sentido, a diferencia de la comida para animales, los productos farmacéuticos para animales y consumibles están regulados por la normativa sectorial específica¹¹ y la actividad está sometida a autorización administrativa previa por la Comunidad Autónoma competente¹², debiendo cumplir ciertas exigencias en términos de

⁹ Se utilizarán indistintamente los términos « productos veterinarios » y « productos farmacéuticos para animales » a lo largo de este informe.

¹⁰ El mercado de consumibles incluiría la distribución de productos como: algodones, gasas, jeringuillas, vendas, esparadrapos, guantes o suturas

¹¹ La distribución de medicamentos de uso humano y medicamentos veterinarios está regulada principalmente en el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio (el "TRLGURMPS").

¹² Los almacenes mayoristas, así como los almacenes por contrato, estarán sometidos a la autorización previa de la comunidad autónoma donde esté domiciliado el almacén. No obstante, lo anterior, el almacén deberá comunicar la realización de sus

conservación y almacenaje de medicamentos¹³, adecuada continuidad del abastecimiento (existencias y frecuencias mínimas), etc.

- (44) En relación al posible mercado de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para animales, se han identificado precedentes para el caso de la distribución de productos farmacéuticos y consumibles para uso humano¹⁴, cuyas exigencias regulatorias vienen recogidas por la misma normativa y en los que se ha definido el mercado de distribución mayorista de especialidades y productos farmacéuticos, que comprendería toda la gama de especialidades farmacéuticas, éticas y publicitarias, productos que requieren de especiales condiciones de almacenaje y tratamiento, y otros productos de parafarmacia.
- (45) En precedentes comunitarios¹⁵ se han definido dos categorías de distribuidores mayoristas, excluyendo la venta directa, constituyendo cada uno de ellos un mercado separado:
- *full-line wholesalers* (almacenes de gama completa), que ofrecen una amplia gama de productos farmacéuticos¹⁶, considerándose que los productos farmacéuticos, los de parafarmacia y otros consumibles sanitarios se incluyen en esta gama completa (o *full-line*).
 - *short-line wholesalers*, que ofrecen únicamente una gama más restringida.
- (46) La notificante afirma que las partes pertenecen a la categoría de *full-line wholesalers*.
- (47) Por otra parte, podrían distinguirse segmentos específicos dentro del mercado de distribución mayorista de productos veterinarios, según el destino de los mismos diferenciándose aquellos dirigidos a i) ganado (animales de producción) y a ii) mascotas, ya que los clientes de uno y otro segmento difieren.
- (48) Según la notificante, esta distinción carece de justificación dado que la mayoría de los distribuidores mayoristas no están especializados en un segmento específico, o, en su defecto, podrían distribuir también en otros segmentos sin incurrir en costes adicionales significativos.
- (49) Por lo que respecta a las empresas adquiridas, según la notificante, todas ellas distribuyen productos tanto para ganadería como para mascotas. Si bien algunas de ellas operan en mercados que pudieran estar relacionados con los anteriores (como la venta de ganado), de acuerdo con la notificante se trata de actividades residuales

actividades a las autoridades sanitarias de las comunidades autónomas donde, aun no estando domiciliado, tales actividades se realicen.

¹³ Las entidades de distribución y, en su caso, los laboratorios farmacéuticos que distribuyan directamente sus productos estarán obligados a disponer de locales y equipos dotados de medios personales, materiales y técnicos para garantizar la correcta conservación y distribución de los medicamentos.

¹⁴ A nivel nacional, C-1054-19 COFARES/COFARTA, C-0958/18, BIDADARMA/ZACOFARVA, C-0866/17 BIDADARMA/COFAGA, C-0867/17 BIDADARMA/COFABU, C-0745/16 CECOFAR/GRUPO FARMANOVA, C-0725/16 HEFAME/COOFAMEL. A nivel comunitario, M.2573 A&C/ GROSSFARMA; M.2432 ANGELINI/PHOENIX/JV, M.2193 ALLIANCE UNICHEM/INTERPHARM, M.1243 ALLIANCE UNICHEM PLC / SAFA GALENICA SA.

¹⁵ M. 4301 ALLIANCE BOOTS/CARDINAL HEALTH, M.7494 BROCACEF/MEDIQ NETHERLANDS, M.7818 MCKESSON/UDG HEALTHCARE (PHARMACEUTICAL WHOLESAL AND ASSOCIATED BUSINESSES), M.1243 ALLIANCE UNICHEM PLC/SAFA GALENICA SA, M.2193 ALLIANCE UNICHEM/INTERPHARM, M. 2573 A&C/GROSSFARMA, M.2432 ANGELINI/PHOENIX/JV, entre otros.

¹⁶ M.7323 – NORDIC CAPITAL/GHD Verwaltung

por lo que la cuota resultante sería inferior al 15% en cualquier hipotético mercado. En consecuencia, los mismos no serán objeto de análisis.

- (50) En cualquier caso, a los efectos de la presente operación y en línea con el precedente C/1101/20, puede dejarse abierta la posible segmentación en la distribución mayorista de productos veterinarios entre i) productos farmacéuticos y consumibles y ii) comida para animales, así como la posible segmentación entre productos para a) ganadería y b) mascotas, al no variar las conclusiones independientemente de la definición de mercado de producto que se haga.

VI.2. Mercado geográfico

- (51) La notificante defiende que el mercado tendría una dimensión nacional por tratarse de un mercado muy fragmentado con más de 400 distribuidores de productos veterinarios muchos de los cuales tienen redes de cobertura dentro del territorio nacional, vendiendo sus productos en distintas zonas de España.
- (52) Si bien, como se ha mencionado, no se han encontrado precedentes comunitarios en el mercado de la distribución de productos veterinarios en el citado precedente nacional C/1101/20 COVETRUS / DISTRIVET se analizaron tanto el mercado de ámbito nacional como los provinciales y las áreas de influencia de las provincias en tanto los precedentes nacionales relativos a la distribución mayorista de productos farmacéuticos para uso humano¹⁷ confirman que el ámbito geográfico aplicable en ningún caso debería ser superior al nacional, pudiendo comprender, según los casos, una provincia, territorios de provincias limítrofes o regiones¹⁸.
- (53) Por lo que respecta al posible mercado de distribución mayorista de comida para animales la notificante indica que para cualquier segmentación geográfica la cuota adquirida sería muy inferior al 15% por lo que no se analizarán estos mercados.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1 Estructura de la oferta

- (54) El mercado de la distribución de productos veterinarios español se caracteriza, según la notificante, por ser un mercado muy fragmentado, teniendo presencia más de 400 distribuidores de productos veterinarios de diversos tamaños.
- (55) A continuación, se recogen las cuotas de las partes y de sus principales competidores en los diferentes mercados y ámbitos geográficos anteriormente señalados.

¹⁷C-1054-19 COFARES/COFARTA; C-0958/18, BIDADARMA/ZACOFARVA, C-0866/17 BIDADARMA/COFAGA; C-0867/17 BIDADARMA/COFABU; C-0745/16 CECOFAR/GRUPO FARMANOVA; C-0725/16 HEFAME/COOFAMEL - ACTIVOS.

¹⁸ Concretamente, dichos precedentes determinaron que la ubicación de los almacenes delimitaba el ámbito geográfico de actuación en esa área, el cual se delimitó en radios de entre 120 y 150 km desde el almacén. No obstante, ante la imposibilidad de calcular cuotas de mercado por isócronas, se determinó que el análisis debía establecerse en las provincias, y sus provincias limítrofes. A efectos del presente expediente, y en línea con el precedente de COVETRUS/DISTRIVET, se entiende por área de influencia una determinada provincia y las provincias limítrofes a ésta, sin perjuicio de que en algún caso pudiera argumentarse que un área de influencia debiera incluir alguna provincia adicional no-límitrofe con la provincia en cuestión.

- (56) En relación con el mercado amplio de distribución mayorista de productos farmacéuticos, consumibles y comida para animales a nivel nacional:

TABLA 6: Mercado nacional de distribución mayorista de productos farmacéuticos, consumibles y comida para animales - 2018		
EMPRESA	VENTAS (miles euros)	CUOTA
Abac Solutions	[Confidencial]	[0-5%]
Maipe	[Confidencial]	[0-5%]
Elasa	[Confidencial]	[0-5%]
Llanera	[Confidencial]	[0-5%]
Norvet	[Confidencial]	[0-5%]
Cuota combinada	[Confidencial]	[0-5%]
Covetrus Distrivet	[Confidencial]	[0-5%]
Gepork	[Confidencial]	[0-5%]
Albet	[Confidencial]	[0-5%]
Alvet	[Confidencial]	[0-5%]
Suministros de zootecnia	[Confidencial]	[0-5%]
Nuserga	[Confidencial]	[0-5%]
Sallavet	[Confidencial]	[0-5%]
Intega	[Confidencial]	[0-5%]
Otros ¹⁹	[Confidencial]	[90-100%]
TOTAL	[Confidencial]	100%

Fuente: Notificación

- (57) En relación al mercado nacional de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para animales y de distribución mayorista de comida para animales²⁰, los datos referidos a estos mercados se muestran en las siguientes tablas:

TABLA 7: Mercado nacional de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles y para animales - 2018		
EMPRESA	VENTAS (miles euros)	CUOTA
Abac Solutions	[Confidencial]	[0-5%]
Maipe	[Confidencial]	[0-5%]
Elasa	[Confidencial]	[0-5%]
Llanera	[Confidencial]	[0-5%]
Norvet	[Confidencial]	[0-5%]
Cuota combinada	[Confidencial]	[5-10%]
Covetrus Distrivet	[Confidencial]	[5-10%]
Gepork	[Confidencial]	[0-5%]
Albet	[Confidencial]	[0-5%]
Alvet	[Confidencial]	[0-5%]
Suministros de zootecnia	[Confidencial]	[0-5%]
Nuserga	[Confidencial]	[0-5%]
Sallavet	[Confidencial]	[0-5%]

¹⁹ Dentro de la categoría de "Otros" se encuentran más de 400 distintos operadores de reducido tamaño (i.e. con cuotas de mercado por debajo del [0-5%]).

²⁰ La notificante declara que para hacer esta estimación ha realizado una estimación conservadora tomando una ponderación entre el peso que suponen las ventas de productos farmacéuticos y consumibles, por un lado, (estimado en el 90%) y las ventas de comida para animales, por otro, (estimado en 10%) tomando como referencia sus propias ventas

Intega	[Confidencial]	[0-5%]
Otros	[Confidencial]	[70-80%]
TOTAL	[Confidencial]	100%

Fuente: Notificación

TABLA 8: Mercado nacional de distribución mayorista de comida para animales - 2018		
EMPRESA	VENTAS (miles euros)	CUOTA
Abac Solutions	[Confidencial]	[0-5%]
Maipe	[Confidencial]	[0-5%]
Elasa	[Confidencial]	[0-5%]
Llanera	[Confidencial]	[0-5%]
Norvet	[Confidencial]	[0-5%]
Cuota combinada	[Confidencial]	[0-5%]
Otros	[Confidencial]	[90-100%]
TOTAL	[Confidencial]	100%

Fuente: Notificación

- (58) La notificante indica que, dada la limitada presencia de las partes en el mercado de distribución mayorista de comida para animales, únicamente les ha sido posible ofrecer una estimación de sus propias cuotas de mercado.
- (59) La notificante facilita las cuotas provinciales y de áreas de influencia²¹ para el mercado de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para animales desagregadas también por segmento específico (ganadería o mascota). Las tablas siguientes recogen solo aquellas provincias y las áreas de influencia de las mismas en las que la cuota conjunta o adquirida supera el 25% en alguno de los subsegmentos considerados²²:

TABLA 9: Mercados provinciales de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para animales (ganadería y mascotas) - 2018								
Provincia	Negocio Adquirido		Cuota individual partes					Cuota conjunta área de influencia ²³
	Ventas (miles €)	Cuota conjunta (%)	Abac	Maipe	Elasa	Llanera	Norvet	
Asturias	[Conf.]	[30-40%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[20-30%]	[0-5%]	[20-30%]
Cantabria	[Conf.]	[20-30%]	[0-5%]	[10-20%]	[0-5%]	[10-20%]	[0-5%]	[20-30%]
Segovia	[Conf.]	[40-50%]	[0-5%]	[0-5%]	[40-50%]	[0-5%]	[0-5%]	[10-20%]
Vizcaya	[Conf.]	[30-40%]	[0-5%]	[30-40%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[20-30%]

Fuente: Notificación

²¹ En línea con el precedente de COVETRUS/DISTRIVET, se entiende por área de influencia una determinada provincia y las provincias limítrofes a ésta, sin perjuicio de que en algún caso pudiera argumentarse que un área de influencia debiera incluir alguna provincia adicional no-límitrofe con la provincia en cuestión.

²² Las cuotas superan el 15% sin llegar al 25% en el mercado de distribución mayorista de productos veterinarios sin segmentación entre mascotas y ganadería en las provincias de Álava ([10-20%]), Guipúzcoa ([10-20%]), La Coruña ([20-30%]), León ([10-20%]), Orense ([10-20%]) y Pontevedra ([10-20%]); en el mercado de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para mascotas en las provincias de Álava ([20-30%]), Asturias ([20-30%]), León ([10-20%]), Lugo ([10-20%]), Navarra ([10-20%]) y Orense ([20-30%]); y en el mercado mayoristas de productos farmacéuticos y consumibles para ganadería en las provincias de León ([10-20%]), Pontevedra ([10-20%]) y Vizcaya ([10-20%]).

²³ El área de influencia de Asturias comprende las provincias de Asturias, Lugo, León y Cantabria; el área de Cantabria comprende las provincias de Cantabria, Asturias, León, Palencia, Burgos y Vizcaya; el área de Segovia comprende las provincias de Segovia, Valladolid, Ávila, Madrid, Guadalajara, Soria y Burgos; el área de Vizcaya comprende las provincias de Vizcaya, Cantabria, Burgos, Álava y Guipúzcoa.

TABLA 10: Mercados provinciales de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para mascotas - 2018

Provincia	Negocio Adquirido		Cuota individual partes					Cuota conjunta área de influencia ²⁴
	Ventas (miles €)	Cuota conjunta (%)	Abac	Maipe	Elasa	Llanera	Norvet	
Ávila	[Conf.]	[30-40%]	[0-5%]	[0-5%]	[30-40%]	[0-5%]	[0-5%]	[10-20%]
Cantabria	[Conf.]	[20-30%]	[0-5%]	[10-20%]	[0-5%]	[5-10%]	[0-5%]	[20-30%]
Segovia	[Conf.]	[40-50%]	[0-5%]	[0-5%]	[40-50%]	[0-5%]	[0-5%]	[10-20%]
Vizcaya	[Conf.]	[40-50%]	[0-5%]	[30-40%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[30-40%]

Fuente: Notificación

TABLA 11: Mercados provinciales de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para ganadería - 2018

Provincia	Negocio Adquirido		Cuota individual partes					Cuota conjunta área de influencia ²⁵
	Ventas (miles €)	Cuota conjunta (%)	Abac	Maipe	Elasa	Llanera	Norvet	
Asturias	[Conf.]	[50-60%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[40-50%]	[0-5%]	[20-30%]
Cantabria	[Conf.]	[30-40%]	[0-5%]	[10-20%]	[0-5%]	[20-30%]	[0-5%]	[20-30%]
La Coruña	[Conf.]	[20-30%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[0-5%]	[20-30%]	[10-20%]
Madrid	[Conf.]	[20-30%]	[0-5%]	[0-5%]	[20-30%]	[0-5%]	[0-5%]	[10-20%]
Segovia	[Conf.]	[40-50%]	[0-5%]	[0-5%]	[40-50%]	[0-5%]	[0-5%]	[20-30%]

Fuente: Notificación

- (60) Según la información aportada, existen competidores con presencia e implantación a nivel nacional como COVETRUS DISTRIVET que ostenta cuotas superiores a la cuota conjunta de las partes y GEOPORK cuyas cuotas son ligeramente inferiores (como se detalla *supra* en las tablas 6 y 7).
- (61) Por otra parte, la notificante señala que existen además empresas con un carácter regional y fuerte implantación. Así, indica que en las zonas con mayor presencia de las partes existen competidores relevantes de corte regional y que, en su mayoría, cuentan con almacenes propios y una sólida presencia local como Medivet, Pharmediq, Nutrastur o Norpesa (Asturias), Cemave o Zoosan (Cantabria), Sergave, Veterlucus o Zoonort (Galicia), Alliance Healthcare, Cofamasa o Logista Pharma (Madrid), Cecoga, Leonvet, Zoosanitarios Manuel Velasco o Pecuarias San Miguel (Castilla León) y Adivet, Covegan, Nafarco o Sendagai (País Vasco y Navarra).
- (62) La notificante señala que prácticamente todos los distribuidores mayoristas suministran todas las marcas de productos farmacéuticos y consumibles para animales, basándose la elección del cliente en el precio y en la fiabilidad del

²⁴ El área de influencia de Ávila comprende las provincias de Ávila, Madrid, Toledo, Cáceres, Salamanca, Valladolid y Segovia.

²⁵ El área de influencia de La Coruña comprende las provincias de Cantabria, Asturias, León, Palencia, Burgos y Vizcaya; el área de Madrid comprende las provincias de Madrid, Segovia, Ávila, Toledo, Guadalajara y Cuenca.

distribuidor, así como en la flexibilidad y la atención al cliente. También indica que hay un elevado grado de uniformidad no sólo en los productos comercializados sino también en el modo de distribuirlos.

- (63) En términos generales, los principales factores que determinan la estructura de costes son el precio de origen del producto y el coste de logística (como transporte, personal, etc.).
- (64) Según la información facilitada por la notificante, las partes tienen múltiples suministradores, adquiriendo los productos farmacéuticos directamente de los laboratorios, muchos de ellos multinacionales con poder de negociación, y los consumibles de las fábricas.
- (65) En relación a los canales de distribución existentes en el mercado, cabe distinguir la distribución mayorista y la venta *online*. Según la notificante, no existen problemas de acceso a canales de distribución entre provincias pues no se exige una red comercial extensa ni una inversión relevante en distribución. Por otro lado, destaca el incremento exponencial de la venta *online* y señala que la mayoría de las distribuidoras cuentan con página web que les permite comercializar sus productos en zonas en las que no cuentan con una infraestructura física a cambio de una mínima inversión en publicidad y visibilidad *online*.

VII.2 Estructura de la demanda

- (66) Según indica la notificante, en España los clientes de productos veterinarios se dividen principalmente en dos. Por un lado, los clientes directos, fundamentalmente clínicas y hospitales veterinarios, tiendas de mascotas, grandes superficies y establecimientos ganaderos. Por otro lado, se encuentran los almacenes mayoristas y las cooperativas farmacéuticas, que a su vez suministran los productos a los clientes finales.
- (67) También señala que la demanda está compuesta principalmente por empresas con amplios recursos financieros que pueden ejercer un poder de compra notable en sus negociaciones con los distribuidores de productos farmacéuticos y consumibles para animales.
- (68) Añade que las preferencias de los clientes de este sector se centran principalmente en los precios y los plazos de entrega. Además, la notificante indica que los contratos con los clientes no son ni exclusivos ni a largo plazo generalmente y por tanto los clientes pueden cambiar fácilmente de distribuidor y que cada cliente normalmente acude a varios proveedores, siendo muy común que un cliente trabaje con varias marcas diferentes del mismo o distintos distribuidores.

VII.3 Fijación de precios

- (69) El sector de la salud animal está regulado por el Real Decreto Legislativo 1/2015, de 24 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios (en adelante RDL 1/2015). Se trata de un sector menos regulado que el de la salud humana y se desarrolla en régimen de libertad de precios en toda la gama de productos.
- (70) En este sentido, el precio de los productos viene principalmente condicionado por el coste de suministro del producto determinado por el laboratorio y un coste de

logística y transporte, a lo que se le añade el margen. Según la notificante este margen es bajo.

VII. 4 Barreras a la entrada

- (71) Según la notificante, el sector de la distribución de productos veterinarios se caracteriza por unas bajas barreras de entrada, siendo los productos farmacéuticos para animales los que mayores barreras de entrada tendrían (muy por encima de los consumibles o la comida para animales). Como se ha señalado, desde un punto de vista regulatorio, los productos farmacéuticos para animales tienen menos exigencias que la distribución de productos para humanos, estando sujeta esta actividad a la autorización de la Comunidad Autónoma donde se domicilie el almacén.
- (72) Desde un punto de vista práctico, los requerimientos principales para ejercer la actividad serían (i) la conservación en frío de los medicamentos mediante procedimientos normalizados, (ii) la adecuada continuidad del abastecimiento (existencias, frecuencias mínimas) y (iii) la supervisión de un director técnico farmacéutico (arts. 69 y 70 del RDL 1/2015). Según la notificante, esto no supone un esfuerzo excesivo para distribuidores que deseen entrar en este mercado como prueba la existencia de más de 400 distribuidores mayoristas y la entrada de otros nuevos, como Cofares.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (73) La operación propuesta consiste en la adquisición por parte de ABAC del control exclusivo de MAIPE, ELASA, LLANERA y NORVET.
- (74) Los sectores económicos afectados son los de comercio al por mayor de comida y productos farmacéuticos para animales en los que sólo operan las adquiridas dando lugar a solapamientos horizontales entre ellos. De acuerdo con la notificante la operación no genera solapamientos verticales relevantes.
- (75) Aunque en los mercados de ámbito nacional la cuota resultante es poco significativa y en todo caso inferior al 6%, la operación da lugar a solapamientos horizontales relevantes en varios mercados infranacionales de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para animales. En estos ámbitos geográficos las cuotas adquiridas son superiores al 30% únicamente en los siguientes mercados:
- En el mercado de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para animales (sin segmentación entre mascotas y ganadería) en las provincias de Asturias, Vizcaya y Segovia, con una cuota conjunta de **[30-40%]**, **[30-40%]** y **[40-50%]** (considerando las áreas de influencia las cuotas descienden a **[20-30%]**, **[20-30%]** y **[10-20%]** respectivamente).
 - En el mercado distribución mayorista productos farmacéuticos y consumibles para el segmento de mascotas en los ámbitos provinciales de Segovia y Vizcaya con cuotas del **[40-50%]** y **[40-50%]** respectivamente (considerando el área de influencia la cuota es de **[10-20%]** para Segovia y **[30-40%]** para Vizcaya) y en la provincia de Ávila, en la que, aunque no existe solapamiento de las adquiridas, ELASA ostenta el **[30-40%]** de cuota (si se considera el

área de influencia la cuota desciende a **[10-20%]**).

- En el mercado de distribución mayorista de productos farmacéuticos y consumibles para el segmento de ganadería, en los mercados provinciales de Asturias y Cantabria, con cuotas del **[50-60%]** y **[30-40%]** respectivamente (considerando el área de influencia las cuotas descienden a **[20-30%]** y **[20-30%]** respectivamente) y en la provincia de Segovia en la que, aunque las adquiridas no se solapan, ELASA ostenta el **[40-50%]** de cuota (si se considera el área de influencia la cuota desciende a **[20-30%]**).
- (76) Si bien en los segmentos anteriores la cuota conjunta excede del 30%, en aquellos mercados en los que las adquiridas se solapan, dada la complementariedad geográfica de las empresas objetivo, la mayor parte de cuota corresponde generalmente a una de las adquiridas siendo la restante adición poco relevante. Además, las cuotas provinciales más relevantes se diluyen si se tiene en cuenta el área de influencia de la provincia, obteniéndose cuotas inferiores al 30% en esas áreas de influencia (con la única excepción del área de influencia de Vizcaya en el segmento de mascotas con un **[30-40%]** de cuota). Esto hace prever que como resultado de la operación propuesta no se producirán cambios sustanciales en la estructura competitiva del mercado.
- (77) De acuerdo con la notificante, existen competidores que ejercen una relevante presión competitiva tanto de implantación nacional (como el líder del mercado COVETRUS DISTRIVENT) como local en las áreas en que sus cuotas son más significativas con portfolios similares de productos sustitutivos y estrategias de distribución parecidas. Asimismo, señala que no existen barreras de entrada significativas y que la proliferación del canal online en el mercado produce un incremento de la competencia entre provincias y a nivel nacional.
- (78) Por último, de acuerdo con la información aportada por la notificante, los costes de cambio son poco significativos, los contratos a largo plazo y las exclusivas son poco habituales y existe poder compensador de la demanda tanto de clientes directos (fundamentalmente clínicas y hospitales veterinarios, tiendas de mascotas, grandes superficies y establecimientos ganaderos) como de almacenes mayoristas y cooperativas farmacéuticas.

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 primera fase**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Asimismo, teniendo en cuenta la legislación y 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), se considera respecto a la **cláusula de no competencia y la cláusula de no captación** que todo aquello que exceda de 3 años en la duración así como la limitación a personas físicas distintas de los vendedores no están directamente vinculados a la realización de la concentración y no son necesarios a tal fin, y por tanto, quedarán sujetos a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas. Adicionalmente, en relación con la cláusula de no competencia, toda limitación relativa a la tenencia de acciones con fines exclusivamente de inversión financiera no se considera accesorio a la concentración y, en consecuencia, quedará sujeto a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.