

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**EXPEDIENTE C/1179/21 BIMBO/SIRO MEDINA**

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 25 de marzo de 2021 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) notificación de la concentración consistente en la adquisición indirecta por parte de GRUPO BIMBO S.A.B., de C.V. (en adelante, GB), a través de su filial BAKERY IBERIAN INVESTMENTS, S.L.U. (en adelante, BII), del 100% del capital social de la sociedad SIRO MEDINA, S.A., perteneciente al GRUPO SIRO
- (2) La adquisición de las sociedades SIRO PATERNA, S.A (en adelante, SIRO PATERNA) y SIRO VALENCIA, SLU (en adelante, SIRO VALENCIA) por parte del GB fue aprobada sujeta a compromisos en el marco del expediente C-1087/19 GRUPO BIMBO/FÁBRICA DE PATERNA DE SIRO. Ambas operaciones constituyen una única operación de concentración¹, según lo señalado en art 5.6 del Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC) y en el párrafo 50 de la Comunicación sobre cuestiones jurisdiccionales².
- (3) A la vista de lo anterior, la notificación de la citada operación ha sido realizada por BII 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 b) del artículo 8.1. de la mencionada norma.
- (4) Con fecha 26 de marzo de 2021, en virtud de lo dispuesto en los artículos 39.1 y 55.6 de la LDC, se realizaron requerimientos a terceros operadores del mercado, siendo contestados entre el 13 de abril y el 26 de abril de 2021.
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **26 de mayo de 2021**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (6) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1b) de la LDC.
- (7) 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.

III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (8) La operación propuesta consiste en la adquisición indirecta, por parte de GRUPO BIMBO S.A.B., de C.V. (en adelante, GB), a través de su filial BAKERY IBERIAN INVESTMENTS, S.L.U. (en adelante, BII), del control exclusivo de SIRO MEDINA, S.A. (en adelante, SIRO MEDINA), filial del GRUPO SIRO que posee la titularidad de la instalación de fabricación de bollería dulce industrial situada en Medina del Campo

¹ Se comprueba que en ambas operaciones coinciden comprador y vendedor, ambas se producen en un intervalo de tiempo inferior a 2 años y constan de una idéntica estructura en cuanto a que en ambos casos el contrato de compraventa del negocio va aparejado a un acuerdo comercial con un tercero (MERCADONA), a su vez, cliente mayoritario de la fábrica que se transmite con la operación.

² Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) 139/2004 del Consejo, sobre el control de concentraciones entre empresas (2008/C 95/01).

(Valladolid), incluyendo los activos y derechos necesarios para la gestión del negocio (en adelante, Fábrica de Medina).

- (9) La operación se formalizó el 12 de enero de 2021 mediante un Contrato de Compraventa de Acciones (en adelante, CCA) firmado entre BII y GALLETAS SIRO, S.A.U.³.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (10) El CCA firmado el 12 de enero de 2021 contiene una i) cláusula de no competencia y ii) una cláusula de no captación. Por otro lado, tal y como se recoge en el CCA, GB y GRUPO SIRO firmaron el 28 de abril de 2021 un Contrato de Prestación de Servicios de Carácter Transitorio (en adelante, CPST) accesorio a la presente operación.

IV. 1 Cláusula de no competencia

- (11) La Cláusula 9.1 del CCA incluye una obligación de no competencia, mediante la cual, la Vendedora y sus accionistas de control y una persona física se comprometen a, bien sea de forma individual o conjunta con otra entidad, o de forma directa o indirecta, no continuar la actividad, invertir ni tener interés económico alguno en ningún Negocio Competidor en los Territorios Protegidos durante un periodo de tiempo que comenzará con la Fecha de Efectividad y terminará pasados [≤2 años] de la misma. A estos efectos, Negocio Competidor significa cualquier negocio que implique la fabricación y/o venta de bollería dulce y que sea susceptible de competir o haber competido en bollería dulce con SIRO MEDINA⁴.

IV. 2 Cláusula de no captación

- (12) La Cláusula 9.2 del CCA incluye una obligación mediante la cual la Vendedora se compromete, hasta que hayan transcurrido [≤2 años] desde la Fecha de Efectividad, a no contratar o tratar de contratar, directamente o a través de alguna otra sociedad de su grupo, a ningún empleado SIRO MEDINA, S.A.U. o inducirle a la terminación de su relación laboral.
- (13) Asimismo, la Compradora se compromete, desde que hayan transcurrido [≤2 años] desde la terminación del Acuerdo de Servicios Transitorios, a no contratar o tratar de contratar, directamente o a través de alguna otra sociedad de su grupo a ningún empleado de la Vendedora o de otra sociedad de GRUPO SIRO que participe en la prestación de los servicios objeto de dicho Acuerdo o inducirle a la terminación de su relación laboral.

IV. 3 Obligaciones de compra o de suministro

- (14) Las Cláusulas 4.6 y 5.2.5 del CCA contienen referencias al CPST cuya versión final firmada se aporta para su valoración⁵.
- (15) El CPST entrará en vigor y surtirá efectos en la fecha de formalización de la transacción mediante el otorgamiento de la escritura pública de adquisición (fecha de cambio de

³ Análogamente a la operación de adquisición de la fábrica de Paterna (C-1087/19 GRUPO BIMBO/FÁBRICA DE PATERNA DE SIRO) con motivo de la operación con fecha [...] se firmó un Acuerdo Comercial entre BII y MERCADONA, S.A., mediante el cual esta se compromete a comprar a GB, durante [≤5] años, [la continuidad en el suministro].

⁴ Según se recoge en la citada Cláusula 9.1, lo anterior no obsta para que el GRUPO SIRO continúe libremente la actividad de bollería dulce que en la Fecha de Efectividad pudiera seguir siendo realizada desde las fábricas que las diferentes sociedades integrantes del GRUPO SIRO ostentan [...].

⁵ De fecha 28 de abril de 2021.

control) y tendrá una duración de [≤5 años] desde entonces, quedando resuelto [...] transcurrido dicho plazo, [...]. Aunque podrá prorrogarse por un plazo adicional de [...] contados desde la fecha de expiración del periodo inicial mencionado anteriormente, quedando el mismo resuelto definitivamente a la expiración de esta prórroga.

- (16) Los servicios se prestarán de forma análoga a como se venían prestando a SIRO MEDINA por parte de la Vendedora y del GRUPO SIRO⁶.

IV. 4 Valoración

- (17) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*.
- (18) 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) señala que las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas por un periodo máximo de tres años cuando la cesión incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos, mientras que cuando solamente incluye el fondo de comercio, estaría justificada por un periodo de dos años.
- (19) Por otro lado, la citada Comunicación establece que *“las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a adquirir o tener acciones en una empresa que compita con la empresa cedida se considerarán directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en las mismas condiciones que las cláusulas inhibitorias de la competencia, salvo que impidan que el vendedor adquiera o tenga acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora”*. En cuanto a las cláusulas de no captación, éstas se evalúan de forma similar a las de no competencia.
- (20) En lo que respecta a las obligaciones de compra y suministro, la Comunicación señala que *“las obligaciones de compra o suministro que garanticen las cantidades anteriormente suministradas pueden estar justificadas durante un periodo transitorio de cinco años como máximo”*. Asimismo, la Comunicación establece que *“las obligaciones relativas al suministro de cantidades ilimitadas, que establezcan la exclusividad o confieran la condición de proveedor o comprador preferente no son necesarias para la realización de la concentración”*.
- (21) En vista de lo anterior, en cuanto a la cláusula de no competencia, se considera que su duración, no va más allá de lo dispuesto en la Comunicación. No obstante, en lo relativo a su contenido, toda limitación a la inversión o la tenencia de algún interés económico en cualquier Negocio Competidor en los Territorios Protegidos para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora, va más allá de lo dispuesto en la citada Comunicación, no resultando necesario ni accesorio a la operación, quedando sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (22) En lo que respecta a la cláusula de no captación y la restricción al vendedor, tanto su contenido como duración, quedarían dentro de lo dispuesto en la Comunicación. En cuanto a la restricción al comprador, si bien su contenido, según lo dispuesto en

⁶ [...].

precedentes comunitarios⁷, entraría dentro de lo razonable, con respecto a su duración, todo lo que supere los (2) dos años recogidos en la Comunicación quedará fuera de la misma, no resultando necesario ni accesorio a la operación, quedando sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.

- (23) Por otro lado, en cuanto a las obligaciones de compra o de suministro, se considera que tanto su contenido como su duración entra dentro de lo razonable.

V. EMPRESAS PARTÍCIPES

V.1. BAKERY IBERIAN INVESTMENT, S.L.U. (BII o NOTIFICANTE)

- (24) BII es filial⁸ española de GRUPO BIMBO, S.A.B. de C.V. (GB), matriz de un grupo multinacional activo en más de 30 países en el negocio de la panificación con marcas significativas como *Bimbo*, *Martínez*, *Donuts*, *Bollicao*, o *Sara Lee*.
- (25) En España está principalmente presente en: i) producción, distribución y comercialización de pan envasado en todas sus variedades, ii) producción, distribución y comercialización de sucedáneos o sustitutivos del pan⁹; iii) producción, distribución y comercialización de bollería dulce industrial. Cuenta con plantas de fabricación en España y Portugal.
- (26) Según la notificante, en 2019 el **volumen de negocios de GB** (últimas cuentas auditadas), fue, conforme al artículo 5 del RDC, de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE GB 2019 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>5.000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

V.2. NEGOCIO ADQUIRIDO

- (27) EL NEGOCIO ADQUIRIDO se compone de SIRO MEDINA, SIRO PATERNA, y SIRO VALENCIA¹⁰.
- (28) SIRO MEDINA, S.A. es una filial del GRUPO SIRO activa en el negocio de fabricación de bollería dulce industrial, cuya fábrica está situada en Medina del Campo, Valladolid. La Fábrica de Medina cuenta con [...] de producción de bollería dulce industrial de Marca de Distribuidor (MDD) que se destinan en su práctica totalidad a un único cliente, MERCADONA, S.A. (en adelante, MERCADONA)¹¹. SIRO PATERNA y SIRO VALENCIA se dedicaban a la fabricación y comercialización de pan envasado para su venta MDD.

⁷ Caso IV.M319 BHF/CCF/CHARTERHOUSE.

⁸ [...].

⁹ Así denominado a estos efectos y que engloba los conocidos generalmente como pan tostado y snacks de tostados.

¹⁰ En 2018, GRUPO SIRO optó por un cambio estratégico para especializarse en galletas, cereales y pasta, desinvirtiendo los negocios de bollería industrial y pan envasado. La venta a BII SIRO PATERNA y SIRO VALENCIA, dedicadas a la fabricación y comercialización de pan envasado para su venta MDD fue analizado por la CNMC en el expediente C-1087/20 GRUPO BIMBO/FÁBRICA DE PATERNA DE SIRO

¹¹ Concretamente, [...].

- (29) El volumen de negocios del **NEGOCIO ADQUIRIDO en 2019**, conforme al artículo 5 del RDC fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL NEGOCIO ADQUIRIDO (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[>100]	[>60]

Fuente: Notificación.

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercado de producto

- (30) El sector económico afectado por la operación es el sector de la panificación y bollería industrial, códigos CNAE C10.71 (fabricación de pan y de productos frescos de panadería y pastelería) y C10.72 (fabricación de galletas y productos de panadería y pastelería de larga duración).
- (31) GB está presente en el sector de la panadería y bollería en España, en los mercados de producción y distribución de pan envasado, sucedáneos o sustitutivos del pan, bollería dulce industrial; snacks y de manera residual, de bollería dulce industrial MDD.
- (32) La Fábrica de Medina está activa en la fabricación de bollería dulce industrial envasada para su posterior comercialización con MDD, y consta de [...] prácticamente un único cliente que es MERCADONA¹²
- (33) Por su parte, la Fábrica de Paterna en el momento de la adquisición por parte de BII estaba activa únicamente en la fabricación de pan envasado para su posterior comercialización con MDD, si bien, también registraba pequeñas ventas de pan envasado al canal HORECA¹³. No obstante, dado que dicha transacción ya fue objeto de análisis en el precedente C-1087/19 GRUPO BIMBO/FÁBRICA DE PATERNA DE SIRO, en el presente informe propuesta, el análisis se centrará en el mercado de fabricación de bollería dulce industrial envasada bajo MDD.
- (34) Precedentes nacionales¹⁴ y comunitarios han distinguido dentro del mercado de pastelería, el segmento de pastelería¹⁵ y el de bollería dulce¹⁶ como mercados separados. Asimismo, dentro de la bollería dulce, podrían diferenciarse la bollería fresca o industrial, con un mayor tiempo de conservación y que se presenta envasada¹⁷, donde se encuentra la adquirida.
- (35) Adicionalmente, se distinguen¹⁸ diferentes mercados en función del canal de distribución: alimentación y HORECA. Dentro del mercado del canal alimentación, en función del destino final de los productos se han distinguido los submercados: i) distribución minorista al cliente final, en el que compiten tanto las marcas de fabricante

¹² [...].

¹³ Cuota conjunta en valor en HORECA del [20-30%] (adición del [0-10%]).

¹⁴ C-0748/16 BIMBO/PANRICO II, C- 0461/12 GRUPO BIMBO/FÁBRICA CATDES, C-0166/09 GALLETAS SIRO/ SARA LEE y M.6430 OAKTREE/PANRICO o M.5286 LION CAPITAL/FOODVEST, entre otros.

¹⁵ Incluye tartas y pasteles.

¹⁶ Incluye aquellos productos que se toman como desayuno o merienda: magdalenas, croissants, brioches, etc.

¹⁷ Los productos de punto caliente no forman parte del mismo mercado que el de bollería industrial envasada (C 0748/16 BIMBO/PANRICO II). Tampoco forman parte de dicho mercado masas congeladas precocinadas de pan y de bollería para su venta en la distribución comercial bien envasadas u horneadas en los establecimientos (C-896/17 EUROPASTRY/INGAPAN y C-0915/17 ARDIAN/PANASA/BELLSOLA).

¹⁸ C-0746/16 BIMBO/PANRICO II, C-0828/17 GARCIA CARRIÓN/DAFSA, C-0935/18 MAHOU/LOS RECHAZOS, entre otros.

(MDF) como las marcas de distribuidor (MDD) y ii) los mercados de distribución mayorista de a) MDF y de b) MDD.

- (36) Tanto la adquirente como la adquirida están presentes en el mercado mayorista de bollería industrial bajo MDD. Asimismo, la notificante está presente en el mercado mayorista de bollería industrial bajo MDF y en el mercado minorista, ambos relacionados con el anterior.

VI. 2 Mercado geográfico

- (37) De acuerdo con los precedentes citados, el mercado geográfico de referencia, tanto en la distribución mayorista (MDF o MDD) como minorista, ha de considerarse nacional atendiendo al importante papel que juegan los hábitos de consumo en los distintos países de la Unión Europea, con la particularidad de Islas Canarias, que se trata de un mercado geográfico aislado por sus peculiaridades físicas, administrativas y fiscales¹⁹.
- (38) No obstante, en el caso de las MDD podría considerarse una dimensión geográfica de la península ibérica ya que la gran mayoría de los productos de pan envasado con MDD van etiquetados en español y en portugués, con relevantes flujos transfronterizos de productos al existir fábricas en España fabricando para clientes portugueses y viceversa²⁰.
- (39) A los efectos de la presente operación, la definición exacta del mercado puede dejarse abierta, al no afectar a las conclusiones del análisis.

VII. ESTRUCTURA DEL MERCADO

VII.1 Estructura de oferta

- (40) La notificante, basándose en los datos de DBK, señala que en 2018 existían alrededor de 200 empresas con una actividad significativa en el sector de la panificación y pastelería industriales (con facturación igual o superior a 1 millón de euros), tratándose en la mayoría de los casos, de empresas de pequeña dimensión y con una actividad ligada al ámbito regional o local. Junto a ellas, opera otro grupo de empresas de tamaño medio y grande, que comercializa una amplia gama de productos y marcas y que cuentan con una posición destacada en el mercado. Adicionalmente, se encuentran los que serían los cinco principales operadores en los sectores de pastelería y bollería industrial en España, según la notificante: VICKYFOODS, GB, GRUPO SIRO²¹, CODAN²² y ADAM FOODS.
- (41) En términos de presencia en el mercado, la tabla siguiente representa las cuotas de mercado estimadas por la notificante.

Cuotas en el mercado peninsular (incluyendo Baleares) del mercado mayorista con MDD de bollería industrial envasada				
	Año 2019		Año 2020	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen
GB	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Fábrica de Medina	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]

¹⁹ Ninguna de las partes está activa en el mercado mayorista de bollería dulce industrial bajo MDD en Canarias.

²⁰ C-1087/19 GRUPO BIMBO/FÁBRICA DE PATERNA DE SIRO

²¹ Si bien, dado su proceso de desinversión, continúa reduciendo su presencia en el mercado.

²² La notificante considera que CODAN es líder en varias gamas de productos de bollería industrial envasada en España; y, suministraría en la actualidad bollería dulce industrial con MDD a DIA, MERCADONA o ALCAMPO, entre otros.

CUOTA POST-OPERACIÓN (GB+Medina)	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
GRUPO SIRO (Briviesca+Venta de Baños)	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]
VICKYFOODS	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
DULMATESA (Fábrica de Navarrés)	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
PASTISART (Fábrica de El Espinar)	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
MORATO PANE (Fábrica de Antequera)	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
OTROS FABRICANTES	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
TOTAL MERCADO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos de la notificación.

- (42) Tal y como refleja la tabla, la cuota conjunta en el mercado de bollería industrial MDD, se sitúa en 2020 en el [10-20%] (adición del [10-20%]) en valor y del [10-20%] (adición del [10-20%]) en volumen, posicionándose GB tras la operación como segundo operador del mercado, en lugar de Grupo SIRO, que pierde peso a raíz de la estrategia de desinversión en el citado mercado²³. VICKYFOODS (GRUPO DULCESOL) por su parte, se mantiene como líder del mercado.
- (43) Tomando en consideración el mercado ibérico, las cuotas de mercado serían similares, tal y como se recoge en la tabla siguiente:

Cuotas en el mercado ibérico del mercado mayorista con MDD de bollería industrial envasada				
	Año 2019		Año 2020	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen
GB	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Fábrica de Medina	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
CUOTA POST-OPERACIÓN (GB+Medina)	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
GRUPO SIRO (Briviesca+Venta de Baños)	[20-30%]	[10-20%]	[20-30%]	[10-20%]
VICKYFOODS	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
DULMATESA (Fábrica de Navarrés)	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
PASTISART (Fábrica de El Espinar)	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
MORATO PANE (Fábrica de Antequera)	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
PASQUIER	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
OTROS FABRICANTES	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
TOTAL MERCADO	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de la notificación.

- (44) Por otro lado, dado que GB está presente en el mercado de bollería industrial dulce para su venta bajo MDF, estrechamente relacionado con el anterior, se recogen a continuación las cuotas estimadas para GB en dicho mercado:

Cuotas en el mercado peninsular (incluyendo Baleares) del mercado mayorista con MDF de bollería industrial envasada				
	Año 2019		Año 2020	
	Valor	Volumen	Valor	Volumen
GB	[30-40%]	[20-30%]	[30-40%]	[20-30%]
VICKYFOODS	[0-10%]	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
ADAM FOODS	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
RESTO FABRICANTES	[50-60%]	[50-60%]	[50-60%]	[50-60%]

²³ Tal y como se ha señalado previamente, además de las de las fábricas de Navarrés, El Espinar y Antequera, ya recogidas en dicha tabla, se espera próximamente la venta de la Fábrica de Medina a GB (objeto de la presente operación de concentración) y la de Briviesca a MORATO PANE.

TOTAL MERCADO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
---------------	--------	--------	--------	--------

Fuente: Elaboración propia con datos de la notificación.

- (45) En cuanto al mercado minorista, en el que también se encuentra la notificante, las cuotas de mercado en la España peninsular se recogen en la tabla siguiente:

Cuotas en el mercado minorista en España peninsular (incluyendo Baleares) de bollería industrial envasada				
	Cuotas en valor		Cuotas en volumen	
	2019	2020	2019	2020
GB	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
VICKY FOODS	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
ADAM FOODS	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
RESTO FABRICANTES	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]	[20-30%]
TOTAL DISTRIBUCIÓN MDD	[40-50%]	[40-50%]	[60-70%]	[60-70%]
MERCADONA	[10-20%]	[10-20%]	[20-30%]	[20-30%]
DIA	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
LIDL	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
GRUPO EROSKI	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
CONSUM	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
GRUPO CARREFOUR	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
GRUPO AUCHAN	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
AHORRAMAS	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
GRUPO EL CORTE INGLÉS	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
GADISA	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
RESTO FABRICANTES MDD	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
TOTAL MERCADO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia con datos de la notificación.

- (46) Como se observa, la posición de liderazgo recae sobre la MDD, considerada en conjunto especialmente en términos de volumen, siendo MERCADONA la marca líder, tanto dentro de la MDD, como en el mercado minorista en su conjunto en términos de volumen, con una cuota del [20-30%]. En términos de valor, GB ostenta la posición de líder en el mercado minorista con una cuota del [10-20%] en 2020.
- (47) Analizando el mercado minorista, atendiendo **al criterio del fabricante** detrás de la fabricación de la MDD, GB ostentaría la segunda posición tras la operación, con una cuota conjunta del [10-20%] (adición del [0-10%]), por detrás del líder VICKY FOODS, con una cuota del [20-30%] seguidos por GRUPO SIRO ([10-20%]) y DULMATESA ([0-10%])
- (48) La notificante apunta que los fabricantes de productos alimenticios pueden optar por i) producir únicamente marcas propias (operadores marquistas); ii) producir MDD y MDF (operadores mixtos); o bien iii) producir íntegramente MDD (operadores MDD puros), predominando en el sector de la bollería industrial los operadores mixtos y MDD puros. En este sentido, mientras que la adquirida es una fabricante de MDD pura, el GB habría optado por una estrategia marquista, sin tener apenas presencia en MDD²⁴.
- (49) Según la notificante, el GRUPO SIRO ha sido históricamente el líder del mercado mayorista de bollería industrial envasada bajo MDD, si bien su proceso de desinversión

²⁴ Si bien en pan envasado, con la compra de la Fábrica de Paterna, esta tendencia habría sido modificada.

conlleve que otros operadores incrementen su posición en el mismo²⁵, repartiéndose su cuota en el mercado entre varios operadores, estableciéndose tras la operación VICKYFOODS como nuevo líder del mismo.

- (50) Según la investigación de mercado realizada²⁶, se confirma la existencia de operadores alternativos que puedan ejercer presión competitiva en el mercado de bollería industrial con MDD²⁷, como VICKYFOODS, CODAN, PASQUIER, IMPANASA o DULMATESA. En este sentido, VICKYFOODS y GB se constituyen como los dos grandes operadores con un amplio portfolio de productos, seguidos a más distancia por el resto de operadores, los cuales compiten en sus respectivas categorías de productos²⁸.
- (51) Con respecto a la **capacidad instalada de bollería industrial** total en la España peninsular, GB alcanzaría tras la operación un [...] (adición del [...]) del total de la capacidad instalada, reforzando su liderazgo, seguido por VICKYFOODS²⁹. A este respecto, el proceso de desinversión de GRUPO SIRO y la fragmentación de su capacidad instalada entre terceros operadores como MORATO, DULMATESA, y PASTISART, favorece un mayor reparto de la capacidad instalada entre operadores de menor tamaño, dando lugar a mayores alternativas de suministro con capacidad suficiente para fabricar bollería industrial a las cadenas de distribución³⁰.
- (52) Asimismo, se trata de un mercado con escasa fidelización de marca y muy competitivo en precios, a la luz del sistema de aprovisionamiento de las cadenas de distribución, que ejercen una fuerte presión a la baja respecto a los precios³¹.

VII. 2 Estructura de la demanda.

- (53) Según la notificante, la demanda de los mercados españoles de productos con MDD está constituida por el sector de la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario, que contarían con una capacidad de compra y de negociación muy importante, donde los distribuidores pueden sustituir a sus proveedores con relativa facilidad, al no darse relaciones de exclusividad, siendo frecuente que un distribuidor tenga varios proveedores de bollería industrial envasada MDD³².
- (54) Asimismo, la investigación de mercado confirma que las negociaciones entre fabricante y los distribuidores para productos MDF y MDD, se realiza de manera

²⁵ Así, con respecto a la Fábrica de Briviesca (Burgos), [...] GRUPO SIRO [...] había alcanzado un preacuerdo para la venta a MORATO PANE [...]; la fábrica de Navarrés, [...], fue adquirida por DULMATESA en [...]2020; la fábrica de El Espinar [...], cuya venta a PASTISART se cerró [...] 2019, incrementa la presencia de dicha entidad en el mercado.

²⁶ La investigación de mercado se ha dirigido a 5 competidores, además de a GRUPO SIRO y a 3 grandes distribuidores (identificados como tal por parte de la notificante).

²⁷ En este sentido se han manifestado la mayoría de respuestas al test, que consideran que en la actualidad existen suficientes alternativas de suministro, tanto para distribuidores de gran tamaño, como para los de menor tamaño, que al demandar menores volúmenes, tienen un mayor espectro de fabricantes de tamaño medio, pequeño o de ámbito local a los que acudir.

²⁸ Un distribuidor señala, aunque *a priori*, hay multitud de fabricantes de bollería industrial envasada, en la práctica, para grandes volúmenes, hay contados proveedores con capacidad suministrar en las condiciones competitivas exigidas, existiendo no obstante varios proveedores de productos "nicho", más especializados y de un tamaño mucho menor (que tienen más difícil alcanzar costes bajos, por su menor volumen producido).

²⁹ Con una capacidad que supondría el [...] de la capacidad total instalada en 2020

³⁰ 1 competidor y 1 distribuidor han señalado específicamente como aspecto positivo para el mercado el hecho de que la fragmentación de la posición de SIRO en diferentes operadores aporte más alternativas y haga crecer, en cierta medida, el mercado, (si bien el otro distribuidor considera que ello se podría ver limitado por el hecho de que la compra de Medina lleve aparejado un contrato con su cliente principal).

³¹ En cuanto a los niveles de precios, la notificante estima que la horquilla de precios de otros operadores se encuentra entre [...]. En el caso de las partes en el mercado mayorista de bollería industrial con MDD en 2020, el precio medio de GB ascendió a [...], mientras que el precio medio de SIRO MEDINA en 2020 fue de [...].

³² Este hecho ha sido confirmado por la totalidad de distribuidores consultados durante la investigación de mercado.

diferenciada y por distintos equipos, al ser productos que cubren necesidades distintas³³.

- (55) El sistema de elección de proveedores para la fabricación de la MDD se establece, generalmente, a través de procedimientos abiertos de adjudicación o licitaciones, en los que las empresas interesadas presentan ofertas atendiendo a la calidad exigida y demás condiciones establecidas unilateralmente por el distribuidor, con un preaviso medio para rescindir los contratos de muy corta duración, pudiendo repetirse los procesos de selección con bastante frecuencia, lo que facilita poder cambiar de suministrador y ejerce presión sobre el fabricante.

VIII. BARRERAS DE ENTRADA

- (56) Según la notificante, las barreras de entrada al mercado de bollería industrial con MDD son limitadas, sin barreras normativas o de acceso a know-how específico, descartando que el acceso a una red de distribución sea una barrera, dado que para el fabricante los costes de transporte se limitan a trasladar la mercancía hasta la plataforma del distribuidor³⁴. Tampoco considera que se de un esfuerzo relevante por parte del fabricante en I+D+i³⁵, al operar como un maquilador de productos MDD.
- (57) Las respuestas al test de mercado confirman que no existen de barreras de entrada al mercado de bollería industrial, al margen de la inversión necesaria y el cumplimiento de los estándares de calidad de cada uno de los clientes, y si bien se están produciendo entradas actualmente en el mercado³⁶, dada la estructura y evolución del mismo (mercado maduro y con rentabilidad escasa), varios operadores³⁷ consideran poco probable entradas adicionales en el mismo.

IX. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (58) La operación consiste en la adquisición por parte de GB, a través de su filial española BII, del control exclusivo de SIRO MEDINA, S.A. activa en la fabricación y venta mayorista de bollería dulce industrial MDD, como continuación de la transacción previa de adquisición de la fábrica de PATERNA³⁸, considerándose que ambas adquisiciones forman una única operación de concentración según lo establecido en la Comunicación³⁹.
- (59) De forma similar al precedente C-1087/19, BII ha suscrito un AC no exclusivo⁴⁰ con MERCADONA para garantizar [la continuidad en el suministro] bollería industrial envasada, durante [≤5 años]. Si bien, a diferencia del AC de PATERNA⁴¹, no se establece en dicho AC de MEDINA vinculación alguna a la posible introducción de

³³ La MDD respondería a principalmente a la obtención de una calidad determinada a bajo precio, mientras que en la MDF, la fidelidad de marca juega un papel algo más importante.

³⁴ Donde el producto se lleva directamente de la fábrica a las bases logísticas del distribuidor en cuestión, por lo que considera que no es necesario contar con una red capilar de reparto amplia, a diferencia de lo que ocurre en MDF, donde generalmente el fabricante asume el coste logístico de distribución.

³⁵ El porcentaje del gasto en actividades de I+D+i del GB en España (en su totalidad y para todas sus líneas de actividad en 2019) ascendió aproximadamente al [...] de su cifra de volumen de negocios de ese año, mientras que el porcentaje de SIRO MEDINA en España en 2019 supuso, aproximadamente, el [...] de su cifra de volumen de negocios en ese año.

³⁶ Tal y como señala uno de los operadores consultados, que considera que seguirán produciéndose entradas en el futuro.

³⁷ 2 de los 5 fabricantes consultados consideran poco probables futuras entradas en el mercado, salvo por interés estratégico.

³⁸ Analizada en el expediente C-1087/19 GRUPO BIMBO/FÁBRICA DE PATERNA DE SIRO

³⁹ Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) 139/2004 del Consejo, sobre el control de concentraciones entre empresas (2008/C 95/01).

⁴⁰ No se prevé una relación de exclusividad en ningún sentido y se posibilita la cancelación del mismo [...].

⁴¹ Previo a compromisos, a los cuales se condicionó la aprobación de la citada operación y que supusieron, entre otros aspectos, la desvinculación a referencias o productos de MDF en el contrato con MERCADONA firmado con motivo de la compra de la Fábrica de Paterna.

referencias nuevas de bollería industrial MDF, ni la consideración de BII como fabricante prioritario para nuevas referencias de MDD.

- (60) Por lo que respecta a la adquisición de la Fábrica de MEDINA, la operación da lugar a solapamientos horizontales inferiores al 25% en el **mercado de producción y venta mayorista de bollería dulce industrial envasada MDD tanto a nivel peninsular como a nivel nacional con cuotas en valor del [10-20%] (adición del [10-20%])** y del [10-20%] en volumen (adición del [10-20%]) respectivamente, convirtiéndose GB en el segundo operador, por detrás de VICKYFOODS (DULCESOL)⁴², con cuotas en valor del [30-40%] y del [30-40%] en volumen, seguido por otros competidores como DULMATESA, PASTISART y el propio GRUPO SIRO, que seguirá activo, al menos temporalmente.
- (61) Se confirma la existencia de alternativas en el mercado con capacidad para competir con la entidad resultante tanto globalmente como en las categorías de producto, siendo un mercado con exceso de capacidad instalada, en el que tras la desinversión de SIRO han entrado ciertos operadores en el mercado. Asimismo, se trata de un mercado con escasa fidelización de marca, muy competitivo debido al sistema de aprovisionamiento de las cadenas de distribución las cuales establecen unilateralmente las características del producto y ejercen una fuerte presión a la baja respecto a los precios.
- (62) Si bien algunos operadores⁴³ reconocen que la operación da a GB la oportunidad de conseguir nuevas cuentas, ni los competidores ni los distribuidores consultados consideran que la presente operación pueda dar lugar a riesgos de incrementos de precios en MDD, al tratarse de un mercado muy competitivo en precios, con márgenes muy reducidos, donde cualquier incremento de precios puede redundar en una pérdida de clientes.
- (63) Por lo que respecta a la existencia de posibles efectos cartera, a pesar de que GB ostenta una posición de líder en el mercado mayorista de bollería industrial envasada MDF ([30-40%] en valor), la investigación de mercado confirma la ausencia de vinculación en las negociaciones de suministro MDD y MDF con los fabricantes, por lo que no se considera que la operación vaya a dar lugar a riesgos de efectos cartera con efectos negativos sobre el consumidor final⁴⁴.
- (64) La operación no da lugar a riesgos de carácter vertical.

X. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Asimismo, y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias

⁴² Tras las desinversiones de su fábrica de El Espinar a PASTISART, Navarrés a DULMATESA (en 2019), el GRUPO SIRO ya había pasado de ser líder a ser el segundo operador, y actualmente se encuentra en proceso de venta de Medina a GB y cuenta con un preacuerdo de venta por Briviesca con MORATO PANE [...].

⁴³ Tal y como se ha señalado previamente, 1 competidor y los 2 distribuidores han señalado específicamente como aspecto positivo para el mercado el hecho de que la fragmentación de la posición de SIRO en diferentes operadores en cierta medida aporte más alternativas y haga crecer, en cierta medida, el mercado (si bien uno de los distribuidores considera que ello se podría ver limitado por el hecho de que la compra de Medina lleve aparejado un contrato con su cliente principal).

⁴⁴ En términos de nivel de precios finales. En este sentido uno de los citados competidores señala al respecto que un fabricante puede ajustar un precio o incrementar su acción comercial en una familia o producto para conseguir un beneficio en otra del mismo cliente para mantener un tender (ofreciendo precio más competitivo).

a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se considera que no tendrán la consideración de restricciones accesorias a la operación, quedando por tanto sujetas a la normativa de acuerdos entre empresas: i) con respecto a la **cláusula de no competencia**, toda limitación a la inversión o a la tenencia de algún interés económico en cualquier Negocio Competidor en los Territorios Protegidos para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora y ii) con respecto a la **cláusula de no captación**, en cuanto a la duración de la restricción al comprador, todo lo que supere los dos (2) años recogidos en la Comunicación citada anteriormente.