

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1424/23 SMURFIT BULGARIA/ARTEMIS BIB

INDICE DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES.....	2
2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN	4
3. Aplicabilidad de la ley 15/2007 de defensa de la competencia	4
4. Empresas participes	5
4.1. ADQUIRENTE: SMURFIT KAPPA BULGARIA OOD (SMURFIT BULGARIA).....	5
4.2. ADQUIRIDA: UNIDAD DE NEGOCIO DE BAG-IN-BOX DE ARTEMIS (ARTEMIS BiB)	5
5. MERCADOS RELEVANTES	6
5.1. Mercado de producto.....	6
5.2. Mercado geográfico	9
6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS	9
6.1. Estructura de oferta	9
6.2. Estructura de la demanda	17
6.3. Barreras de entrada y competencia potencial	19
6.4. Eficiencias	20
7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN SIN COMPROMISOS	20
8. COMPROMISOS	24
9. VALORACION de LA OPERACIÓN CON COMPROMISOS.....	27
10. PROPUESTA.....	31

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 23 de noviembre de 2023 tuvo entrada en esta Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición de control exclusivo de la unidad de negocio de bag-in-box¹ de la empresa búlgara ARTEMIS OOD por parte de SMURFIT KAPPA BULGARIA OOD, la cual se llevará a cabo mediante la adquisición del 100% del capital social de dicha unidad de negocio.
- (2) Conforme al artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), esta Dirección de Competencia (DC) formó expediente y elaboró el correspondiente informe de la operación junto con una propuesta de resolución. El Consejo de la CNMC dictó en fecha 31 de enero de 2024 resolución en primera fase, en la que acordó iniciar la segunda fase del procedimiento conforme al artículo 57.2.c) de la LDC, por considerar que la citada operación de concentración podía obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todos o alguno de los mercados analizados.
- (3) En aplicación del artículo 58.1 de la LDC, la DC elaboró una nota sucinta sobre la concentración que, con fecha de 2 de febrero de 2024, fue hecha pública en la página web de la CNMC y puesta en conocimiento de la notificante, del Consejo de Consumidores y Usuarios y de terceros operadores, para que presentaran sus alegaciones en el plazo de 10 días. No se recibieron alegaciones ni solicitudes para ser parte interesada.
- (4) Con fecha 1 de febrero de 2024 la DC realizó un requerimiento de información a seis operadores competidores de las partes, lo que originó la suspensión del transcurso de plazo para resolver el procedimiento. La última respuesta al mismo se recibió el 26 de marzo de 2024.
- (5) Con fecha 14 de febrero de 2024 la DC hizo un requerimiento de información a las partes en relación con sus ventas, sistemas de distribución, instalaciones, capacidades productivas, insumos y competidores, lo que originó la suspensión del transcurso del plazo para resolver el procedimiento. La respuesta a este requerimiento de información se recibió el 6 de marzo de 2024.
- (6) Con fecha 21 de febrero de 2024 la DC hizo un nuevo requerimiento de información a la notificante, en relación con la estructura interna del grupo SMURFIT KAPPA y de los departamentos responsables de la operación, el cual originó la suspensión del transcurso de plazo para resolver el

¹ Correspondiente a la parte de negocio dedicada a i) la fabricación y comercialización de bolsas de plástico para bag-in-box y ii) láminas o films de plástico flexible.

procedimiento. La respuesta al citado requerimiento de información se recibió el 6 de marzo de 2024.

- (7) Con fecha 26 de febrero de 2024 la DC realizó un requerimiento adicional de información a terceros operadores, lo que originó la suspensión del transcurso de plazo para resolver el procedimiento. La respuesta al citado requerimiento se recibió el 12 de marzo de 2024.
- (8) Con fecha 6 de marzo de 2024 la DC llevó a cabo otro requerimiento de información a competidores directos de las partes, originando la suspensión del transcurso de plazo para resolver el procedimiento. La última respuesta al citado requerimiento se recibió el 1 de abril de 2024.
- (9) Con fecha 8 de marzo de 2024 la DC realizó un nuevo requerimiento de información a las partes solicitando información detallada sobre clientes, lo que originó la suspensión del transcurso del plazo para resolver el procedimiento. La respuesta al citado requerimiento de información se recibió el 22 de marzo de 2024.
- (10) Con fecha 20 de marzo de 2024 la DC remitió a la notificante un requerimiento adicional del contenido de determinados buzones de correo corporativos asociados a personas encargadas del diseño y estrategia de la operación, lo que originó la suspensión del transcurso del plazo para resolver el procedimiento. La respuesta al requerimiento de información se recibió el 12 de abril de 2024.
- (11) Con fecha 11 de abril de 2024 la DC realizó una encuesta para recabar información de clientes de las partes, concediendo 8 días hábiles para su contestación. La encuesta se cerró el 24 de abril de 2024.
- (12) Los días 11 y 25 de abril de 2024 la DC notificó dos requerimientos de información a un tercero, necesarios para una adecuada valoración, provocando la suspensión del transcurso de plazo para resolver el procedimiento. Las respuestas a los citados requerimientos se recibieron con fecha de 9 de mayo de 2024.
- (13) Con fecha 9 de mayo de 2024 la DC acordó el levantamiento de la suspensión del plazo de resolución del procedimiento.
- (14) Con fecha 23 de mayo de 2024 las partes de la operación presentaron propuesta formal de compromisos para la presente operación de acuerdo con lo previsto en el artículo 59 de la LDC.
- (15) A la vista de lo anterior, la fecha límite para resolver el expediente de referencia es el **28 de agosto de 2024** inclusive. Transcurrida dicha fecha la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (16) La operación consiste en la adquisición de control exclusivo de la unidad de negocio de bag-in-box de ARTEMIS OOD (ARTEMIS) por SMURFIT KAPPA BULGARIA OOD (SMURFIT BULGARIA), la cual se llevará a cabo mediante la adquisición de la unidad de negocio que comprende la parte del negocio de ARTEMIS dedicada a la fabricación y comercialización de (i) bolsas de plástico para el producto bag-in-box y de (ii) láminas o films de plástico flexible, así como de las instalaciones de producción donde se encuentra activa la Target (unidad de negocio conocida en adelante como ARTEMIS BiB).
- (17) Una vez concluida la operación, el grupo SMURFIT KAPPA, matriz de SMURFIT BULGARIA, controlará de manera exclusiva y de forma indirecta la unidad de negocio de bag-in-box de ARTEMIS.
- (18) La operación se formalizó mediante un acuerdo de compraventa firmado el [CONFIDENCIAL], por el que las partes acordaron las condiciones básicas para desarrollarla.
- (19) La operación ha sido autorizada por las autoridades de Competencia de Macedonia del Norte (20 de septiembre de 2023), Bulgaria (23 de octubre de 2023), Albania (26 de octubre de 2023) y Serbia (13 de noviembre de 2023).
- (20) Según la notificante, el objetivo de la operación es [CONFIDENCIAL]².
- (21) La operación constituye una concentración económica conforme a lo previsto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (22) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas, por no superar los umbrales de su artículo 1.
- (23) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en el artículo 8.1.a) de la misma.

² Localizadas en Francia: SMURFIT KAPPA BAG-IN-BOX, FRANCE, dedicada a la fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box y suministro de máquinas de llenado; y en España SMURFIT KAPPA BAG-IN-BOX (PLÁSTICOS VICENT), IBI, ALICANTE, dedicada a la fabricación y suministro de films de plástico, bolsas tipo bag-in-box y grifos. SMURFIT KAPPA BAG-IN-BOX (PUSA PACK), CASTELLÓN se dedica a la fabricación y suministro de bolsas industriales tipo bag-in-box.

4. EMPRESAS PARTICIPES

4.1. ADQUIRENTE: SMURFIT KAPPA BULGARIA OOD (SMURFIT BULGARIA)

- (24) La empresa adquirente es SMURFIT BULGARIA, empresa que opera en el sector de la fabricación y la comercialización de envases y embalajes de papel y cartón corrugado, entre ellos cajas tipo bag-in-box.
- (25) SMURFIT BULGARIA, es filial de SMURFIT KAPPA EUROPE B.V. a su vez controlada al 100% por SMURFIT KAPPA INTERNATIONAL B.V., ambas con sede en Países Bajos y controladas en última instancia por SMURFIT KAPPA GROUP PLC, grupo multinacional irlandés.
- (26) SMURFIT KAPPA GROUP PLC es uno de los principales fabricantes mundiales de embalajes de papel y cartón ondulado y también de envases y embalajes de plástico, de distintos tamaños y formas. En este último sentido, fabrica y comercializa bolsas tipo bag-in-box de consumo (capacidad de hasta 25 litros) e industriales (con capacidad superior a 200 litros) a granel para líquidos y semilíquidos. Relacionado con el mercado de la fabricación de bag-in-box, el grupo al que pertenece la notificante también suministra máquinas de llenado y envasado, así como accesorios (válvulas, grifos y tapones) que van acoplados a las bolsas de plástico.
- (27) El grupo SMURFIT KAPPA tiene más de 350 centros de producción en todo el mundo, mientras que en España opera a través de un grupo de 27 filiales, incluyendo los dos centros dedicados a la producción de embalajes y bolsas tipo bag-in-box.
- (28) El volumen de negocios de SMURFIT KAPPA GROUP PLC, conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), es, según la notificante, el siguiente:

Tabla 1. Volumen de negocios de SMURFIT KAPPA GROUP PLC (millones de euros en 2022)

España	Unión Europea	Mundo
[>60]	[>250]	12.815

Fuente: Notificante.

4.2. ADQUIRIDA: UNIDAD DE NEGOCIO DE BAG-IN-BOX DE ARTEMIS (ARTEMIS BiB)

- (29) La empresa adquirida forma parte de ARTEMIS, compañía búlgara que se dedica principalmente a la fabricación y comercialización de envases y embalajes flexibles de plástico. La actividad del negocio adquirido consiste en la fabricación de i) bolsas de plástico tipo bag-in box y de ii) láminas o

films de plástico flexible. La unidad de negocio transferida de ARTEMIS, ARTEMIS BiB, también se encuentra activa en la comercialización de accesorios, como tapones y grifos, que van acoplados a las bolsas de plástico.

- (30) El volumen de negocios de ARTEMIS BiB, conforme al artículo 5 del RDC, es, según la notificante, el siguiente:

Tabla 2. Volumen de negocios de ARTEMIS BiB (millones de euros en 2022)

España	Unión Europea	Mundo
[<60]	[<100]	[<2.500]

Fuente: Notificante.

5. MERCADOS RELEVANTES

5.1. Mercado de producto

- (31) El sector afectado por la operación es el de la fabricación de envases y embalajes de plástico al que corresponde el código CNAE C.22.22 y en concreto el de bolsas tipo bag-in-box, en el que operan adquirente y adquirida.
- (32) Las bolsas tipo bag-in-box se definen como bolsas de plástico flexible dotadas de un gollete para su llenado y vaciado, al que puede conectarse un grifo o válvula dispensadora³. Las bolsas tienen como finalidad el envasado de líquidos y semilíquidos que pueden ser alimentarios, químicos, cosméticos y/o farmacéuticos, y pueden ir insertas en una caja o recipiente rígido o plegable.
- (33) ARTEMIS fabrica y comercializa bolsas de plástico tipo bag-in-box con capacidad desde uno hasta 25 litros para envasar líquidos y semilíquidos para uso alimentario, actividad en la que también está activo el grupo adquirente. El grupo SMURFIT KAPPA produce además bolsas tipo bag-in-box de capacidad superior a 25 litros y envases y embalajes relacionados con el cartón corrugado, entre ellos, las cajas tipo bag-in-box donde se insertan las bolsas tipo bag-in-box.
- (34) Relacionado con el mercado de fabricación de bolsas tipo bag-in-box, la unidad de negocio adquirida de ARTEMIS se encuentra también activa en la fabricación de láminas o films de plástico flexible utilizados en la fabricación, entre otros productos, de las bolsas tipo bag-in-box y en la

³ Para su fabricación, la bolsa de plástico y el gollete son sellados juntos, y el accesorio se coloca en el gollete normalmente en una misma línea de producción. A continuación, son los clientes que adquieren las bolsas quienes las llenan con máquinas de llenado específicas para, en su caso, introducirlas en una caja o recipiente que puede ser de cartón rígido o de otros materiales.

comercialización de accesorios, como tapones y grifos, que pueden ir acoplados a las bolsas.

- (35) El grupo SMURFIT KAPPA, a través de sus filiales, fabrica y suministra accesorios como los grifos que se acoplan a las bolsas, determinados tipos de film de plástico dedicados a la fabricación de bolsas, y suministra maquinaria de llenado de bolsas. El grupo SMURFIT KAPPA fabrica además envases y embalajes relacionados con el cartón corrugado, entre ellos, las cajas donde pueden insertarse las bolsas tipo bag-in-box.
- (36) La Comisión Europea ha analizado en múltiples precedentes el mercado de los envases flexibles al que pertenecen las bolsas tipo bag-in-box.
- (37) Precedentes comunitarios⁴ han determinado que, dentro del mercado de embalajes flexibles, deben distinguirse diferentes segmentos según la categoría del uso final del producto envasado, habiendo considerado que el mercado de embalajes flexibles para aplicaciones alimentarias constituye un mercado separado y diferenciado de los envases flexibles para otras aplicaciones⁵.
- (38) Por otra parte, la Comisión Europea⁶ ha considerado que los envases asépticos y no asépticos constituyen mercados diferenciados desde la óptica del consumidor, y que el envasado aséptico constituye un mercado de producto separado.
- (39) La Comisión Europea no ha llegado a analizar específicamente si las bolsas tipo bag-in-box constituyen un mercado separado, habiendo dejado en un precedente⁷ la definición de mercado abierta.
- (40) En cuanto a los precedentes de autoridades nacionales en el ámbito europeo, la autoridad portuguesa⁸ ha seguido la línea de la Comisión Europea, al considerar que las bolsas tipo bag-in-box forman parte del mercado amplio de embalajes flexibles de aplicación alimentaria para líquidos y semilíquidos, distinguiendo a su vez estas entre asépticas y no asépticas. Aunque ambos tipos de bolsas (asépticas y no asépticas) se fabrican con la misma tecnología, el envasado aséptico se somete, tras su producción, a un proceso de radiación gamma para hacerlo libre de contaminantes y cumplir con determinadas obligaciones de seguridad alimentaria que sólo puede realizarse en centros especializados. Por otra

⁴ M.9094 AMCOR/BEMIS, 2019, M.3225 ALCAN/PÉCHINEY, 2003 y M.5599 AMCOR/ALCAN, 2009.

⁵ La investigación de mercado llevada a cabo por la Comisión puso de manifiesto que las exigencias de regulación específicas y las necesarias certificaciones de homologación para la fabricación de envases y embalajes destinados a uso alimentario son un hecho diferencial del mercado. Señalaron asimismo que distintos tipos de envase y embalaje necesitan para su producción en función del uso final, diferente maquinaria, materiales, tecnología y procesos de producción.

⁶ M.2416 TETRA LAVAL/SIDEL, 2001.

⁷ M.3935 JEFFERSON SMURFIT/KAPPA, 2005.

⁸ Ccent. 49/2007 SMURFIT KAPPA/PLÁSTICOS VICENT.

parte, los accesorios acoplados a las bolsas asépticas son diferentes de los de las bolsas no asépticas.

- (41) La autoridad italiana de competencia⁹ ha considerado que los embalajes flexibles tipo bag-in-box podrían constituir un mercado separado y diferenciado de otros tipos de embalajes flexibles para alimentos, si bien finalmente la definición del mercado quedó abierta.
- (42) La autoridad británica de competencia¹⁰ definió en un precedente el mercado de los envases tipo bag-in-box como un mercado separado en sí mismo de otros tipos de envases flexibles y distinguió dentro de este las bolsas tipo bag-in-box para productos alimentarios (bebidas, vino, alimentos y productos lácteos) como mercado separado de aquellas para productos no alimentarios.
- (43) La Parte notificante defiende que las bolsas tipo bag-in-box son envases flexibles que compiten y podrían competir con otros envases flexibles destinados a envasar líquidos o semilíquidos indistintamente de sus características técnicas. Entiende además que debe tenerse en cuenta la fuerte presión competitiva que ejercen otros mercados sobre el mercado de las bolsas tipo bag-in-box como son aquellos relacionados con otros envases flexibles para líquidos o semilíquidos a granel (por ejemplo los stand-up pouches) o aquellos relacionados con los envases semirrígidos (por ejemplo, los tetrabriks o botellas de plástico preformado) o rígidos (por ejemplo, las botellas o envases de vidrio, de plástico rígido o de metal), envases de consumo que también pueden tener como principal uso el envasado de líquidos o semilíquidos a granel.
- (44) La CNMC analizó en una consulta el mercado de fabricación de envases flexibles, en el que se incluyen las bolsas tipo bag-in-box, concluyendo que el mercado de la fabricación y comercialización de envases flexibles para líquidos o semilíquidos a granel industriales (más de 200 litros) y a granel de consumo (entre 1 y 25 litros), constituyen dos mercados de producto diferenciados¹¹.
- (45) Con objeto de definir correctamente el mercado de producto, la DC llevó a cabo una investigación de mercado inicial durante la primera fase de este expediente, consultando a clientes, a competidores y a las partes, concluyendo a partir de la misma que las bolsas tipo bag-in-box de consumo a granel (con capacidad hasta 25 litros) no asépticas destinadas al envasado de líquidos y semilíquidos para uso alimentario, en línea con lo apuntado por otras autoridades, constituyen un mercado de producto diferenciado del de otros envases o embalajes flexibles de aplicación

⁹ C5223 E.I. DU PONT DE NEMOURS/ LIQUIBOX, 2002. C5363 MDCP ACQUISITIONS I/JEFFERSON SMURFIT GROUP, 2002.

¹⁰ LIQUI-BOX, INC/DS SMITH, 2019

¹¹ CP/0057/22

alimentaria para líquidos y semilíquidos, tal y como corrobora también la documentación estratégica recabada a la notificante durante la investigación en segunda fase¹².

5.2. Mercado geográfico

- (46) Los precedentes comunitarios y de otras autoridades de competencia europeas citados anteriormente¹³ señalan que el mercado geográfico relevante para los envases y embalajes flexibles no es de ámbito menor al del Espacio Económico Europeo (EEE).
- (47) La Comisión Europea señaló en precedentes las similitudes técnicas y regulatorias dentro del mercado del EEE y las diferencias técnicas con respecto a mercados distintos del espacio geográfico delimitado por el EEE, existiendo condicionantes en este sentido para la entrada al mercado desde fuera del EEE. La Comisión Europea ha dejado sin embargo abierta la definición precisa del mercado.
- (48) Durante la investigación del mercado, la CNMC constató que existen razones para considerar el mercado de ámbito geográfico europeo debido a la facilidad del transporte del producto, la baja incidencia de los costes del transporte en el precio del producto final, el elevado flujo comercial transfronterizo, la considerable homogeneidad del nivel de precios, y las similitudes técnicas y regulatorias dentro del mercado interior y del EEE. No obstante, también existen factores que justificarían la consideración de un mercado de ámbito nacional, como por ejemplo la preferencia mostrada por una mayoría de clientes por suministrarse de proveedores con presencia comercial, logística y técnica en territorio nacional, por razones de fiabilidad, seguridad en el suministro, o mayor agilidad en la atención técnica al cliente.
- (49) A los efectos de la presente operación, la definición exacta del mercado geográfico puede dejarse abierta, ya que la misma no afecta a la valoración de la operación, analizándose sus efectos tanto en España como en el EEE.

6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

6.1. Estructura de oferta

- (50) El mercado de fabricación, distribución y consumo de bolsas tipo bag-in-box es un mercado creciente a nivel del EEE según reflejan diversos estudios de mercado consultados y confirma la opinión de algunos

¹² Ver folio 4177. [CONFIDENCIAL]

¹³ Así como de la Comisión Europea (M.2441 AMCOR/DANISCO/AHLSTROM, 2001) o de la autoridad italiana en el caso C5223 E.I. DU PONT DE NEMOURS/ LIQUIBOX, 2002.

competidores, estimando la notificante un ritmo de crecimiento entre el [0-10]% anual. Las razones de este impulso se encuentran en la necesidad de utilización de soluciones de embalaje respetuosas con el medio ambiente, a lo que contribuye en parte la normativa medioambiental de la UE, y la creciente demanda por parte de la industria de la alimentación de embalajes que permiten mejor conservación del producto envasado. Influyen asimismo las ventajas derivadas de un menor uso de plástico, y de los menores costes relacionados con el almacenaje y el transporte de las bolsas, tanto antes de su llenado como después de su llenado y una vez insertadas en su caja.

- (51) El grupo notificante tiene presencia como líder indiscutible en todos los segmentos de mercado de las bolsas tipo bag-in-box, y, en particular, en el segmento de bolsas no asépticas de consumo a granel¹⁴ de capacidad inferior a 25 litros destinadas a uso alimentario, lo que ya era un hecho no discutido con carácter previo a la presente operación tal y como confirmó la investigación de mercado realizada¹⁵. Uno de los competidores directos, indicó (contrastado entre los clientes de las partes) que el grupo notificante concentra para sí misma el suministro a los grandes clientes (destacando las grandes superficies), mientras que la capacidad de captar mercado en esos grandes clientes por parte de otros competidores es reducida.
- (52) A nivel internacional compiten en el mercado empresas de tamaño diverso como, entre otras, AMCOR LTD, ARAN GROUP, BAG-IN-BOX P/MONTIBOX, DS SMITH, GOGLIO SPA, SEALED AIR/LIQUIBOX, SIG/SCHOLLE IPN.
- (53) Entre los principales competidores en el mercado del EEE, todos ellos con capacidad de producción y comercialización significativamente menor que el grupo notificante, están los fabricantes ARAN GROUP, LIQUIBOX, MONTIBOX/BAG-IN-BOX P, SCHOLLE IPN, o la propia Target, que comercializa sus bolsas en España a través del distribuidor independiente CARTOBOL¹⁶ (su único cliente directo) u OPTOPACK (agente en exclusiva de la Target en Francia). En España compiten también otros fabricantes de menor tamaño como TECHNOLOGIA o VERTICAL BAG. Según las partes, no se han dado cambios significativos en la posición relativa de los operadores del mercado relevante de bolsas tipo bag-in-box en los últimos años.

¹⁴ Según el grupo SMURFIT KAPPA [CONFIDENCIAL].

¹⁵ [CONFIDENCIAL] Lo corrobora el hecho de que el resto de los competidores, alguno de los cuales hace hincapié en que es la notificante la que marca las tendencias en el mercado (materiales, accesorios, incluso precios), mantengan unas cuotas de mercado muy alejadas de las de la notificante. Durante la investigación de mercado, más de un 80% de las empresas que se proveen de este tipo de bolsas y que respondieron a los requerimientos de información identificaron a la notificante como la principal suministradora del mercado.

¹⁶ Según la información recabada, CARTOBOL vende los productos de la Target en España, pero no media entre ellas contrato de distribución, ni ninguna relación de exclusividad, vendiendo CARTOBOL también bag-in-box de otros fabricantes distintos de la Target.

- (54) La Target muestra una clara especialización en la fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box no asépticas destinadas al sector vinícola [90-100]% en España y [90-100]% en EEE). El grupo de la notificante destina también un mayor porcentaje de su producción de bolsas de plástico tipo bag-in-box para uso alimentario al envasado de vino, por encima de las destinadas a envasar lácteos, huevo líquido y otros productos, que requieren bolsas asépticas.
- (55) Según la notificante, gran parte de los principales productores de bag-in-box se encuentran activos en todos los segmentos de la cadena de producción, aunque muchos productores de bolsas tipo bag-in-box adquieren de terceros el film plástico, los grifos dispensadores acoplados a las bolsas, y/o las cajas o recipientes donde irían insertas o encajadas finalmente las bolsas.
- (56) El grupo notificante se encuentra verticalmente integrado, fabricando film de plásticos utilizados para la fabricación de las bolsas, aunque también los adquiere de terceros, y fabricando asimismo los accesorios que luego son unidos a las bolsas mediante un gollete, como los grifos dispensadores y válvulas. Asimismo, el grupo notificante es fabricante de las cajas de cartón donde se insertarían las bolsas en el llamado bag-in-box. Estrechamente relacionado con el mercado de las bolsas se encuentra el mercado de la fabricación y comercialización de maquinaria de llenado de las bolsas y de embalaje, donde también está presente la notificante.
- (57) La Target fabrica bolsas de plástico tipo bag-in-box, así como film de plástico (EVOH o Etileno-Vinil-Alcohol) utilizado en la fabricación de bolsas tipo bag-in-box, que también vende a terceros, entre otros al grupo SMURFIT KAPPA¹⁷. Por otro lado, para fabricar sus bolsas, la Target adquiere de otros fabricantes (entre ellos a empresas del grupo SMURFIT KAPPA¹⁸) todos los accesorios que se colocarían en el gollete de las bolsas (grifos, válvulas, etc.) para su terminación y comercialización.
- (58) En el mercado de fabricación y comercialización de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario no existe, a la luz de la información recabada durante la investigación de mercado¹⁹, un exceso de capacidad instalada suficiente que permita al mercado incrementar la oferta y

¹⁷ Normalmente, las válvulas, grifos y otros accesorios no se venden por separado al cliente final (que compra casi siempre estos accesorios ya unidos a las bolsas) sino a otros fabricantes de soluciones tipo bag-in-box. Es el caso de la Target, quien compra estos accesorios a otros fabricantes de soluciones tipo bag-in-box, entre ellos al grupo SMURFIT KAPPA.

¹⁸ De acuerdo con la notificante, en el año 2022, la Target adquirió el [70-80]% de todas sus necesidades de grifos para sus bolsas tipo «bag-in-box» al grupo SMURFIT KAPPA

¹⁹ La notificante defiende que existen varios competidores que han realizado inversiones en los últimos años, como lo ha hecho la propia notificante, para incrementar su capacidad instalada. Sin embargo, los competidores señalan en general que no pueden precisar el exceso de capacidad en el mercado, o que, desconociendo el exceso existente en el mercado, no pueden pronunciarse acerca de un exceso de capacidad significativo.

contrarrestar los efectos de un hipotético incremento unilateral de precio por parte de la entidad resultante de la operación.

- (59) Por otra parte, si bien la notificante defiende la existencia de otros envases, algunos de plástico flexible e incluso algunos de otros materiales semirrígidos que teniendo características distintas pueden servir para el mismo propósito, que pueden ejercer presión competitiva sobre el mercado de los bag-in-box, la investigación de mercado ha mostrado que la capacidad de estos otros tipos de envases para ejercer presión competitiva sobre los bag-in-box es relativa dado que, como señalan una amplia mayoría de clientes y los propios competidores, las bolsas tipo bag-in-box ofrecen una serie de características²⁰ muy difíciles de replicar por otro tipo de envases alternativos, dando lugar a una demanda muy poco sensible al precio y por tanto inelástica, de este tipo de productos.
- (60) A continuación, se muestran las cuotas de mercado calculadas por la CNMC a partir de los datos de ventas de las partes y de las empresas competidoras en el mercado de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario en España y en EEE recabados durante la investigación²¹.

Tabla 3. Mercado de fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario						
Empresa	España			EEE		
	Cuotas vol. (2022)	Cuotas vol. (2021)	Cuotas vol. (2020)	Cuotas vol. (2022)	Cuotas vol. (2021)	Cuotas vol. (2020)
grupo SMURFIT KAPPA	[50-60]%	[50-60]%	[50-60]%	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%
Target	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%	[70-80]%
MONTIBOX	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
ARAN	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
SCHOLLE IPN	[0-5]%	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Otros (VB)	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	

Fuente: CNMC a partir de los datos de ventas aportados por las partes y el resto de los competidores del mercado.

²⁰ Entre otros: a) los menores costes de transporte y de almacenamiento de las bolsas (e incluso una vez insertadas en las cajas, por el aprovechamiento del volumen de carga), b) los beneficios que comportan en términos de sostenibilidad medioambiental (derivados del transporte o por los menores residuos), c) las múltiples posibilidades de tamaño de formato, d) la conservación del producto, o e) la facilidad de uso.

²¹ Las citadas cuotas no difieren significativamente de las estimaciones aportadas por la notificante en el formulario de notificación en lo que respecta a la posición conjunta de las partes, si bien sí se identifican algunas divergencias reseñables en lo que respecta a la posición de algún concreto competidor.

- (61) La operación da lugar a solapamientos significativos, siendo la cuota combinada en 2022 del [70-80]% (adición del [5-10]%) en el mercado de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario en el EEE; y del [60-70]% (adición del [5-10]%) en España, reforzando la posición de dominio que ya ostentaba la notificante con carácter previo a la operación, la cual ha sido confirmada tanto por competidores como por clientes durante la investigación de mercado, y reconocida incluso por la propia notificante en la documentación estratégica recabada²².
- (62) Por lo que respecta al mercado de fabricación y suministro de bolsas asépticas tipo bag-in-box para uso alimentario, la Target solo tiene presencia en el EEE, pero no en España. A continuación, se muestran las cuotas de las partes y de competidores en dicho mercado estimadas por la notificante para el EEE:

Tabla 4. Mercado de fabricación y suministro de bolsas asépticas tipo bag-in-box para uso alimentario en el EEE			
Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
grupo SMURFIT KAPPA	[60-70]%	[60-70]%	[50-70]%
Target	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[50-70]%
SCHOLLE IPN	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[10-20]%	[0-5]%
Otros	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Notificante.

- (63) Como puede observarse, la operación da lugar a solapamientos superiores al 60% en los últimos dos años, si bien la adición de cuota es muy reducida e inferior al 2%.
- (64) Por lo que respecta al grado de concentración del mercado, tanto en España como en el EEE la situación del mercado ya reflejaba un elevado grado de concentración²³ incluso antes de la presente operación, que se ve reforzado tras la misma.

²² Ver folio 4155. [CONFIDENCIAL].

²³ Cuotas por encima del 50% pueden probar por sí mismas la existencia de una posición dominante (Directrices sobre evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, párrafo 17)

(65) En la siguiente tabla, se recogen tanto los IHH²⁴ después de la concentración como los deltas asociados²⁵, considerando las cuotas de 2022:

Tabla 5. IHH y deltas asociados (2022)		
Mercado	IHH post	Delta
Fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario en España	4.881,98	1.147,58
Fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario en el EEE	5.216,56	974,83
Fabricación y suministro de bolsas asépticas tipo bag-in-box para uso alimentario en el EEE	4.605,51	181,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de ventas de las partes y competidores.

- (66) Las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas²⁶ establecen que es improbable que una operación dé lugar a problemas de competencia cuando el IHH posterior a la concentración se encuentre entre 1.000 y 2.000 y el delta asociado sea inferior a 250, o en una concentración que arroje un IHH superior a 2.000 y un delta inferior a 150, salvo que se den circunstancias especiales²⁷.
- (67) Tal y como se muestra en el cuadro, los IHH posteriores a la concentración y deltas asociados son muy superiores a estos niveles de referencia, dando lugar a un incremento significativo de los niveles de concentración, ya de por sí elevados con carácter previo a la operación, tanto en el mercado amplio de bolsas tipo bag-in-box, como en el mercado relevante de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario en España y en el EEE.
- (68) Por lo que respecta al mercado de bolsas tipo bag-in-box asépticas para uso alimentario en el EEE, el grado de concentración posterior a la concentración es también muy elevado, si bien el delta es mucho más reducido y más próximo a la referencia de 150 señalada en las citadas Directrices, mostrando que el cambio en el índice de concentración en el mercado respecto a la situación previa a la operación es muy reducido.
- (69) En cuanto a la estructura de costes de fabricación de una bolsa de plástico tipo bag-in-box terminada para su uso y/o inserción en una caja las partes y varios competidores señalan a las materias primas como principales determinantes, en concreto el film de plástico, que puede representar en

²⁴ Índice Herfindahl-Hirschman.

²⁵ Cambio en el grado de concentración del mercado, recogido en el IHH, directamente derivado de la operación de concentración.

²⁶ Directrices sobre evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, párrafos 17 y siguientes.

²⁷ Párrafo 20 de las Directrices sobre evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas.

opinión de distintos fabricantes de bolsas entre el 25% y el 40% del coste, y el grifo con su tapón incorporado, que puede representar en opinión de distintos fabricantes de bolsas aproximadamente entre el 30% y el 50% del coste total para el fabricante. Los competidores y las partes señalan que los costes de transporte tienen una importancia considerablemente menor dadas las posibilidades de aprovechamiento del espacio de almacenamiento y en el transporte de las bolsas tipo bag-in-box.

- (70) Una de las claves de competitividad de las empresas fabricantes de bolsas tipo bag-in-box es la integración vertical de la producción. Muchos productores de bag-in-box están activos en los distintos eslabones de la cadena de producción, incluyendo la fabricación de accesorios como los grifos, que para alguno de los competidores²⁸ es un elemento clave de la competitividad, si bien muchos de ellos compran de terceros el film, y el recipiente/caja donde van insertadas. Algunos fabricantes y comercializadores de bolsas adquieren también los grifos de llenado y dispensación.
- (71) Tanto la notificante como la Target están activas en el mercado de la fabricación del film de plástico utilizado como materia prima para la elaboración de las bolsas, si bien, esta última mantiene una participación pequeña en dicho mercado con ventas insignificantes en España. La Adquiriente fabrica la mayoría de sus bolsas tipo bag-in-box utilizando films de plástico de fabricación propia, y adquiere a terceros algunos tipos de plástico. Por otra parte, hay en el mercado del EEE un gran número de fabricantes de los distintos tipos de film de plástico utilizados en la elaboración de las bolsas, por lo que no se considera que la operación vaya a dar lugar a riesgos de tipo vertical en este sentido.
- (72) La notificante opera también en el mercado conexo del suministro de máquinas de llenado y envasado para bolsas tipo bag-in-box, siendo ambos mercados complementarios. La cuota de mercado del grupo SMURFIT KAPPA superaría el 25% en este mercado a nivel nacional, mientras que la Target no se encuentra activa en dicho mercado.
- (73) Las partes indican que, aparte de la propia notificante, existen otros fabricantes o comercializadores de este tipo de maquinaria de llenado para bolsas bag-in-box como CARTOBOL, LIQUIBOX, TECHNIBAG en España, y otras varias en el EEE. Las partes destacan que todas las máquinas de llenado, incluidas las fabricadas por el propio grupo adquirente, son compatibles con cualquier bolsa tipo bag-in-box, con independencia de su fabricante, no habiéndose detectado la existencia de riesgos verticales con respecto a dicho mercado de fabricación de máquinas de llenado durante la investigación de mercado realizada.

²⁸ Ver folio 1978.

- (74) La notificante esta activa en la producción de válvulas y tapones para las bolsas tipo bag-in-box, a través principalmente de la empresa del grupo VITOP MOULDING SRL, que fabrica y vende tanto a otras empresas del grupo como a terceros, y entre otras también en la planta de fabricación de bolsas tipo bag-in-box de consumo a granel que la notificante opera en España, si bien en este caso dedica estos accesorios para autoconsumo en la fabricación de las bolsas. La cuota del grupo SMURFIT KAPPA en la producción de válvulas y grifos alcanzaría según la notificante el [30-40]% a nivel nacional y el [40-50]% a nivel EEE. Actualmente, existen otros fabricantes competidores activos en el mercado de fabricación y comercialización de grifos, válvulas, tapones y otros accesorios como LIQUIBOX, BAG-IN-BOX P/MONTIBOX, GIFLOR, MAIERHÖFFER, SCHOLLE IPN, TECHNOLOGIA, ARAN PACKAGING, o CONRO PRECISION.
- (75) No obstante, en lo que respecta a los tapones grifo que van acoplados a las bolsas tipo bag-in-box ²⁹, la situación y estructura actual del mercado se verá alterada con la entrada en vigor de la Directiva (UE) 2019/904 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de junio de 2019 (en adelante, Directiva sobre plásticos de un solo uso), transpuesta en la Ley 7/2022, de 8 de abril, según la cual, a partir del 3 de julio de 2024³⁰, las tapas y tapones de recipientes de plástico de un solo uso, de capacidad igual o inferior a 3 litros, deberán permanecer unidos al durante la fase de utilización prevista de dicho producto.
- (76) A este respecto, según la información recabada por la DC durante la investigación de mercado, a día de hoy únicamente la notificante ha desarrollado con éxito un tapón grifo para bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario que cumpla los requisitos exigidos por la citada normativa, registrado como “Vitop Uno®”. Actualmente no existen alternativas en el mercado, al menos a corto plazo, de tapones/grifos adaptados a la nueva normativa, lo cual afectará no solo a las posibilidades de suministro de este tipo de tapones grifo, sino también previsiblemente al mercado de fabricación y comercialización de bolsas tipo bag-in-box, tal y como señalaron algunos clientes en la encuesta realizada³¹. Dichos clientes consideran probable que algunos fabricantes de bolsas tipo bag-in-box tengan acceso a los nuevos tapones/grifos en condiciones menos ventajosas que otros³², distorsionándose así la competencia en este mercado.

²⁹ Están presentes en el mercado de fabricación de válvulas y grifos utilizados como accesorios en la fabricación de bolsas tipo bag-in-box varios competidores, entre los que se cuentan empresas del propio grupo notificante

³⁰ Fecha de entrada en vigor del artículo 57.1 de la Ley 7/2022, de 8 de abril.

³¹ Según señalan el 30% de las respuestas de los clientes en la encuesta

³² Según señalan el 33,33% de las respuestas de los clientes en la encuesta

6.2. Estructura de la demanda

- (77) En España, como en el EEE, los clientes de bolsas tipo bag-in-box no asépticas de consumo a granel para uso alimentario de capacidad inferior a los 25 litros se dedican en una proporción muy alta a la producción y envasado de vino, y de manera minoritaria a otros productos alimentarios. Coincide de esta manera que los porcentajes de ventas que realizan las Partes de bolsas tipo bag-in-box de consumo a granel para uso en alimentación son destinados en su gran mayoría al envasado de vino³³.
- (78) Según la investigación de mercado realizada por la DC, la demanda de este mercado se encuentra muy fragmentada. La venta y distribución se realiza en la mayoría de los casos directamente desde el fabricante a los clientes finales, si bien también existen proveedores que venden sus productos a través de un distribuidor independiente³⁴.
- (79) La Target vende sus productos en España exclusivamente a un único cliente³⁵, CARTOBOL, un distribuidor independiente que adquiere las bolsas tipo bag-in-box producidas por Artemis Bag-in-box para revenderlas a clientes finales. Esto da lugar a que muchos clientes de CARTOBOL que identifican a esta empresa como su proveedor de bolsas tipo bag-in-box no sean conscientes de que es otra empresa la fabricante de las bolsas, tal y como confirma la encuesta realizada a clientes³⁶. Si bien algunos de los clientes finales pueden ser empresas de mayor tamaño relativo y relevancia en el mercado, la mayoría de los clientes que han participado en la investigación de mercado coinciden en señalar que el poder compensatorio de la demanda, y, por tanto, la capacidad para influir en los precios que pueden ejercer sobre los proveedores en este mercado, es prácticamente nulo.
- (80) En lo concerniente a los factores determinantes para la elección de proveedor de bolsas tipo bag-in-box, los competidores coinciden en señalar que el principal factor competitivo y el que con mucha diferencia explica la elección de proveedor para el cliente, es el precio. Sin embargo, según la encuesta realizada en el marco de la segunda fase a los clientes en España del grupo SMURFIT KAPPA, solo el 50% de éstos destacaron el precio como un criterio de máxima importancia a la hora de elegir proveedor,

³³ Dentro de otros usos para alimentación destinadas al envasado de líquidos y semilíquidos, las Partes destinan sus ventas de bolsas a clientes que envasan otras bebidas alcohólicas, zumos y agua, entre otras bebidas, así como huevos líquidos, aceites comestibles y otros alimentos

³⁴ Ejemplos notables son los de la propia Target o el de ARAN GROUP, que distribuyen y venden sus productos en España a través de su cliente CARTOBOL

³⁵ Tal y como ha confirmado la investigación de mercado con la encuesta a clientes realizada durante la segunda fase de la investigación.

³⁶ Únicamente un 6,67% de los clientes del grupo SMURFIT KAPPA en España para los que se ha obtenido respuesta en la encuesta realizada en el marco de la segunda fase señalan conocer a ARTEMIS BiB, frente a un 63,34% que declara conocer a CARTOBOL, declarando tan solo un 10,5% de los que han comprado a CARTOBOL que sabían que las bolsas compradas eran producidas por ARTEMIS BiB.

valorándose por encima de este, la calidad de la bolsa (83,33%), la calidad del tapón/grifo (75%) y la seguridad en el suministro (73,33%).

- (81) Los tapones, grifos o válvulas dispensadores y accesorios de distintos tamaños y modelos que irían acoplados a las bolsas tipo bag-in-box, pueden comercializarse ya unidos a las bolsas, o por separado a otros fabricantes de bolsas. De manera que los clientes pueden adquirir la bolsa terminada, lo habitual en ventas al cliente final, o llevar a cabo la integración de los accesorios en sus propias plantas de producción. Este último es el caso de la Target, que no se encuentra activa en el mercado de fabricación y comercialización de grifos, válvulas, tapones y otros accesorios, sino que los compra a fabricantes, entre ellos al grupo SMURFIT KAPPA.
- (82) Con relación a la importancia del tapón/grifo como factor de elección del proveedor es importante indicar que la mayoría de los clientes manifiesta comprar el producto ya con el tapón incorporado, indicando un 40% de los clientes encuestados una preferencia por una marca de tapón grifo concreta, siendo en el 90% de los casos el tapón grifo de marca registrada Vitop© fabricado por el grupo SMURFIT KAPPA, tal y como adelantaba algún operador en la investigación de mercado.
- (83) En este sentido, varios competidores de la notificante en el mercado de bolsas tipo bag-in-box, compran a empresas del grupo de la notificante el mencionado tapón grifo Vitop© para incorporarlo a las bolsas que comercializan. Uno de los operadores³⁷ señaló incluso la importancia que para muchos clientes tiene que las bolsas tengan incorporado el tapón Vitop© fabricado por el grupo de la notificante.
- (84) Esta preferencia por el tapón Vitop© se verá ineludiblemente reforzada con la entrada en vigor a partir del 3 de julio de 2024 del artículo 57.1³⁸ de la Ley 7/2022, de 8 de abril que traspone la Directiva sobre plásticos de un solo uso, convirtiéndose la notificante con su nuevo tapón grifo VITOP© UNO posiblemente en la única alternativa de suministro existente, al menos en el corto plazo, de un tapón grifo para bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario de capacidad de hasta 3 litros que cumpla con los requisitos exigidos por la citada normativa.
- (85) Por otra parte, la investigación de mercado realizada por la DC no ha sido del todo concluyente respecto del nivel de dificultad para cambiar de proveedor de bag-in-box y de los costes asociados al mismo. En este sentido, algunos clientes señalaron la existencia de ciertas dificultades por la necesidad de incurrir en procesos relativamente largos y costosos de adaptación en algunos casos de la maquinaria de llenado, así como por el

³⁷ Folio 2179

³⁸ Productos de plástico de un solo uso enumerados en la parte C del anexo IV.

proceso de homologación que deben seguir las nuevas bolsas, especialmente las destinadas al segmento alimentario.

- (86) Otros clientes preguntados en la investigación de mercado señalaron la diferencia de calidad que puede existir entre los distintos fabricantes, o el hecho de que el cambio de proveedor es relativamente fácil y poco costoso. A este respecto, el 47% de los clientes que han participado en la encuesta realizada por la DC consideraron que el cambio de proveedor de este tipo de bolsas es fácil y rápido al no conllevar costes económicos ni de tiempo significativos. Un 17% de los clientes consideraron que no es fácil ni rápido cambiar de proveedor, mientras que otro 27% señalaron que el problema no son tanto los costes asociados al cambio, sino la escasez de alternativas con capacidad de suministrar a partir de ciertos volúmenes de demanda.

6.3. Barreras de entrada y competencia potencial

- (87) Según la investigación de mercado, no se identifican barreras significativas a la entrada en este mercado distintas de las que pueda suponer la inversión inicial necesaria en maquinaria, de fabricación de las bolsas (mercado en el que hay pocos fabricantes y posibles retrasos en la entrega), en instrumentos de calidad necesarios para llevar a cabo los controles de adecuación normativa del film, los accesorios y el propio envase. Por otra parte, las licencias de actividad y registros industriales, así como las exigencias derivadas del necesario cumplimiento de la reglamentación específica que cualquier envase destinado a uso alimentario necesita cumplir en términos de certificación y homologación.
- (88) Tanto los competidores como las partes coinciden en señalar que no se han dado entradas de nuevos competidores en el mercado en los últimos 3 años, habiéndose producido únicamente cambios de titularidad de operadores y concentración entre empresas que previamente ya se dedicaban a la fabricación de bolsas tipo bag-in-box³⁹, o de inversiones en ampliaciones de la producción de las empresas presentes en el mercado. Salvo la propia notificante, que señala el posible interés de una empresa activa en el sector por entrar a competir en el mercado⁴⁰, el resto de los competidores afirmaron desconocer la existencia de potenciales nuevos competidores que pudieran tener previsto su entrada en el corto plazo.
- (89) Por lo que respecta a la opinión de competidores sobre si el mercado puede resultar suficientemente atractivo para los nuevos entrantes; por un lado, algunos señalan que se trata de un mercado en crecimiento de un producto

³⁹ En los últimos tres años, por ejemplo, BAG-IN-BOX P adquirió en España la empresa MONTIBOX, S.L. La empresa LIQUIBOX, perteneciente a la estadounidense SEALED AIR (SEE) construyó una nueva fábrica de bolsas tipo bag-in-box en Madrid. La empresa ucraniana TECHNOLOGIA JSC abrió hace 2 años en Polonia una nueva fábrica de bolsas tipo bag-in-box.

⁴⁰ Según el grupo SMURFIT KAPPA, es muy probable que la empresa suiza AMCOR, fabricante mundial de plásticos flexibles, films de plásticos flexibles, y de bolsas tipo bag-in-box fuera del EEE, esté interesada en fabricar y suministrar bolsas tipo «bag-in-box» en Europa en los próximos 3 años

en proceso de consolidación por las ventajas para el mercado (de sostenibilidad, para el transporte, su efectividad para distintos usos y volúmenes), mientras que otros aducen que perciben la retirada relativa de algunos fabricantes presentes en el mercado europeo por redireccionamiento hacia mercados donde mantienen mejor posición⁴¹.

- (90) A este respecto, la información recabada durante la investigación de mercado señala que el mercado europeo es un mercado de márgenes comparativamente reducidos en relación con otras zonas geográficas como Estados Unidos (donde los clientes tienen mayor tamaño y los volúmenes demandados son mucho mayores) o Canadá a pesar de que los productos comercializados son similares, lo que resta atractivo a la entrada de otros competidores al mercado europeo.

6.4. Eficiencias

- (91) La notificante señala como eficiencias apreciables en el plazo de un año y trasladables a costes una optimización de la logística del suministro de bolsas tipo bag-in-box del grupo SMURFIT KAPPA a nivel del EEE, que permitiría reducir los costes del transporte en el equivalente al [CONFIDENCIAL]% del valor de las bolsas, e indica la notificante que dicha reducción de costes podría redundar en una disminución del precio final del producto entre un [CONFIDENCIAL]% y un [CONFIDENCIAL]% que podría ser trasladado al precio del producto final en un porcentaje aproximado.
- (92) Las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, establecen que, es preciso que las eficiencias i) beneficien a los consumidores, ii) sean inherentes a la concentración, no pudiéndose materializar en la misma medida mediante soluciones alternativas menos anticompetitivas, y iii) resulten verificables, debiendo ser dichas condiciones acumulativas.
- (93) Por todo lo anterior, la DC considera que no ha quedado suficientemente demostrado que la optimización logística que eventualmente implique una reducción de los costes logísticos y de fabricación para el grupo SMURFIT KAPPA vaya a significar unos menores precios para los consumidores, quedando esta decisión en último lugar en manos de la notificante.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN SIN COMPROMISOS

- (94) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de SMURFIT BULGARIA e, indirectamente, por parte del grupo SMURFIT KAPPA, de ARTEMIS BiB, dedicada a la fabricación de i) bolsas de plástico tipo bag-in box y de ii) láminas o films de plástico flexible, estando activa

⁴¹ Ver folio 1649.

también en la comercialización de accesorios, como tapones y grifos, que van acoplados a las bolsas de plástico.

- (95) Los mercados afectados por la operación son el de las bolsas tipo bag-in-box de consumo a granel (con capacidad hasta 25 litros) asépticas para uso alimentario en el EEE (mercado en el que no está presente la Target en España) y el mercado de bolsas tipo bag-in-box de consumo a granel (con capacidad hasta 25 litros) no asépticas destinadas al envasado de líquidos y semilíquidos para uso alimentario.
- (96) Por lo que se refiere al primero de los mercados afectados, que supone un porcentaje reducido del total de negocio de la Target⁴², la operación no da lugar a cambios significativos en la estructura del mercado a nivel EEE, al ser la adición de cuota originada por la operación inferior al 2%. En dicho mercado la notificante mantendrá su posición de dominio en el EEE prácticamente inalterada con respecto a la situación previa a la operación.
- (97) Por tanto, la evaluación de los riesgos derivados de la presente operación se centra en el mercado de bolsas no asépticas para uso alimentario, en el que ambas partes están presentes en España y que constituye el principal negocio de la Target.
- (98) En dicho mercado, la operación supone la adquisición por parte del operador líder indiscutible del mercado de uno de los cuatro principales competidores de la notificante en el mercado de fabricación y comercialización de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para aplicaciones alimentarias en España y en el EEE, dando lugar a solapamientos horizontales significativos del [60-70]% (adición del [0-10]%) en España y del [70-80]% (adición del [5-10]%) en el EEE, con el consiguiente incremento del ya de por sí elevado grado de concentración que existía con carácter previo.
- (99) La posición de dominio de la notificante en España es reconocida por la propia compañía en la documentación interna recabada⁴³ y por la mayoría de los competidores requeridos, que señalan al grupo SMURFIT KAPPA como líder del mercado, con capacidad de determinar unilateralmente las condiciones de mercado ya con anterioridad de la operación. Tras la operación, la misma se verá reforzada, sin que el resto de los competidores ni los clientes tengan capacidad de contrarrestar los efectos de un hipotético incremento unilateral de precios por parte de la entidad resultante de la operación.
- (100) Por lo que respecta a las barreras de entrada al mercado, no son especialmente elevadas, circunscribiéndose las mismas a la inversión

⁴² Los datos de ventas de la Target en el EEE de bolsas para alimentación comunicados por la notificante indican que se destinan en un [90-100]% a vino ([90-100]% en España) para el que se utilizan bolsas no asépticas.

⁴³ Ver folio 4155. Correo entre varios directivos del grupo SMURFIT KAPPA de fecha previa a la notificación de la presente operación.

necesaria para la puesta en funcionamiento de las plantas de producción y para la comercialización de las bolsas y las derivadas de la necesaria certificación y homologación de los productos. No se han detectado restricciones para el acceso de la maquinaria necesaria o a las materias primas. No obstante, se trata de un mercado, en el que no se han dado entradas de nuevos competidores en los últimos años, ni se han identificado competidores potenciales con interés en entrar en el citado mercado en el corto medio plazo, ni a nivel nacional ni en el EEE.

- (101) En este contexto, la Dirección de Competencia, considera que la operación genera riesgos de carácter horizontal para la competencia, derivados del refuerzo de la posición de dominio de la notificante y de la eliminación de uno de los cuatro principales competidores en España en el citado mercado, tal y como han confirmado la mayoría de los competidores requeridos durante la investigación. Por lo que respecta a los clientes, los resultados de la encuesta son menos concluyentes, al manifestar un 50% de los mismos, desconocer o no tener información suficiente para valorar si la operación puede dar lugar a riesgos a la competencia, y dividirse el 50% restante, entre los que descartan de manera explícita la existencia de riesgos derivados de la operación, y los que consideran que la misma dará lugar a riesgos a la competencia, y más concretamente a incrementos en el nivel de precios⁴⁴.
- (102) Por lo que se refiere a riesgos de carácter vertical, la notificante es uno de los principales fabricantes de algunos accesorios necesarios para la comercialización de las bolsas tipo bag-in-box a clientes finales, y en concreto de las válvulas y grifos dispensadores que van acoplados a las bolsas. El grupo notificante fabrica estos accesorios para uso propio y los comercializa a terceros fabricantes de bolsas. En este sentido es relevante la entrada en vigor de la nueva normativa reguladora⁴⁵ que establece que a partir del 3 de julio de 2024⁴⁶, solo podrán comercializarse los productos de plástico de un solo uso con capacidad de hasta 3 litros cuyas tapas y tapones permanezcan unidos al recipiente durante la fase de utilización prevista del mismo.⁴⁷
- (103) Según la información recabada del mercado⁴⁸, no hay hasta el momento otra patente registrada de un modelo de grifo dispensador que cumpla con las exigencias de la nueva normativa aplicable a todos los productos

⁴⁴ El 85,71% de los clientes que han manifestado explícitamente que la operación dará lugar a riesgos para la competencia en el mercado de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario en España señalan que los mismos se traducirán en incrementos en el nivel de precios de las bolsas.

⁴⁵ Directiva (UE) 2019/904 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de junio de 2019, relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico de un solo uso en el medio ambiente, transpuesta al Ordenamiento Jurídico español por la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.

⁴⁶ Fecha de entrada en vigor de su artículo 57.1

⁴⁷ Ley 7/2022, de 8 de abril, Anexo IV, Parte C.

⁴⁸ Ver folios 1981 y 2178.

situados en el mercado a partir de la fecha de su entrada en vigor más que la desarrollada por el grupo SMURFIT KAPPA, patentada como Vitop Uno®. Otros fabricantes se encuentran todavía en fase de desarrollo de una solución propia.

- (104) En este contexto, el grupo SMURFIT KAPPA ostentará, por tanto, una posición de dominio [CONFIDENCIAL] en el mercado de suministro de tapones para bolsas tipo bag-in-box a partir del 3 de julio de 2024, con la entrada en vigor de la citada normativa.
- (105) Adicionalmente, según señala la propia notificante, la producción de estos nuevos tapones/grifos no está aún a plena capacidad, o capacidad equivalente a la de los antiguos tapones⁴⁹, al tratarse de tecnología nueva que requiere todavía de adaptaciones de los procesos productivos. Por tanto, existen, según la notificante, restricciones de capacidad que limitarán la oferta de dichos tapones a terceros, al menos en el corto plazo. Todas estas circunstancias podrían potencialmente generar un cambio significativo en la estructura y dinámica competitiva en el mercado de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para uso alimentario de hasta 3 litros, situando a SMURFIT como única alternativa de suministro de este tipo de bolsas con el tapón/grifo adaptado a normativa, al menos en el corto plazo, con efectos inciertos sobre la estructura de dicho mercado a medio y largo plazo.
- (106) No obstante, es importante recalcar que estos efectos de tipo vertical no se derivan de la presente operación, sino que se hubiesen dado con independencia de esta por el citado cambio normativo.
- (107) En relación con las eficiencias alegadas por las partes relativas a la disminución de los costes de transporte que redundarán en beneficio de los consumidores, esta DC cree que no queda demostrado que la optimización logística que eventualmente implique una reducción de costes para el grupo SMURFIT KAPPA vaya a significar menores precios para los consumidores.
- (108) Por tanto, esta DC considera que la operación de concentración dará lugar a riesgos de carácter horizontal resultado de los elevados solapamientos horizontales en el mercado de bolsa bag-in-box no asépticos para uso alimentario, y del consiguiente incremento del grado de concentración de este. Como resultado de la misma, se producirá un reforzamiento de la posición de dominio que la empresa notificante ya tenía con anterioridad al

⁴⁹ Según ha manifestado la notificante en la propuesta de compromisos presentada, el grupo SMURFIT KAPPA se enfrenta a limitaciones de capacidad de producción para producir el producto Vitop Uno® en la actualidad, ya que, al tratarse de un producto nuevo, la producción del Vitop Uno® no es tan rápida en comparación con la producción del tapón/grifo Vitop® estándar. El grupo SMURFIT KAPPA se encuentra actualmente trabajando aproximadamente al [60-70]% de su capacidad de producción del producto Vitop Uno® en comparación con la respectiva para el producto Vitop® estándar. Según el grupo SMURFIT KAPPA, estas limitaciones forman parte del proceso natural de la puesta en marcha de este producto, a las que deben añadirse otras incidencias relacionadas con los inicios de la producción.

eliminar un competidor relevante en el mercado nacional, resultando en una reducción de la presión competitiva y elevando el riesgo de incrementos en el nivel de precios en España y (en el EEE). Dichas consideraciones llevan a esta DC a valorar que, en ausencia de compromisos, la operación de concentración notificada puede afectar negativamente y de forma significativa a la competencia efectiva en los mercados relevantes.

8. COMPROMISOS

- (109) A la vista de las conclusiones alcanzadas por la DC con relación a los riesgos derivados de la presente operación, con fecha 23 de mayo de 2024 la notificante aportó, dentro del plazo habilitado para ello, una propuesta de compromisos al amparo del artículo 59 de la LDC, al objeto de resolver los obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva que se pudieran derivar de la operación de concentración notificada, consistentes en el mantenimiento del suministro de bolsas tipo bag-in-box y de tapones/grifos al único cliente de ARTEMIS en España, CARTOBOL, en las mismas condiciones a las que le venía suministrando ARTEMIS con carácter previo a la operación desde la resolución de aprobación de la presente operación de concentración hasta el 31 de diciembre de 2026, con los precios sujetos a un mecanismo de revisión para los años 2025 y 2026.
- (110) A continuación, se detalla el contenido de la propuesta de compromisos presentada de la notificante:

COMPROMISO PRIMERO: SUMINISTRO A CARTOBOL DE BOLSAS TIPO BAG-IN-BOX Y TAPONES/GRIFOS VITOP® ESTÁNDAR Y VITOP UNO®⁵⁰ A CARTOBOL EN CONDICIONES EQUIPARABLES A LAS OFRECIDAS POR ARTEMIS

- (111) El grupo SMURFIT KAPPA se compromete a mantener el suministro de las bolsas tipo bag-in-box y en las siguientes condiciones:
- a) Precios para bolsas tipo bag-in-box:**
- (112) El suministro de bolsas tipo bag-in-box a CARTOBOL se hará de conformidad con el listado de referencias y precios que se acompaña como Documento 1 anexo a los presentes compromisos. Las referencias se corresponden a las suministradas por ARTEMIS a CARTOBOL en el pasado.
- (113) Por lo que se refiere a los precios, los precios de partida se corresponden con los actualmente aplicados por ARTEMIS a CARTOBOL para cada tipo de bolsa según su capacidad, características y tapón grifo acoplado a la misma. Hasta el final del año 2024, el Grupo Smurfit Kappa mantendrá para

⁵⁰ El tapón/grifo Vitop Uno®, compatible con la nueva normativa a partir de 3 de julio de 2024, se suministrará para bolsas de hasta 3 litros, en cumplimiento de lo establecido con la citada normativa.

CARTOBOL los mismos precios que los ofrecidos por ARTEMIS a CARTOBOL en los términos y condiciones establecidos en el Compromiso. Los citados precios vienen recogidos en el Documento 1 anexo a la propuesta de compromisos.

- (114) Para las bolsas tipo bag-in-box de capacidad igual o inferior a 3 litros que lleven acoplado el tapón/grifo Vitop Uno[®], el precio por unidad tiene un suplemento de [CONFIDENCIAL]⁵¹.
- (115) Además de las referencias listadas, CARTOBOL podrá pedir al grupo SMURFIT KAPPA:
- (i) [CONFIDENCIAL] y
 - (ii) [CONFIDENCIAL].

b) Mecanismo de revisión de precios:

- (116) Para los años 2025 y 2026, los precios de las bolsas tipo bag-in-box de CARTOBOL se revisarán anualmente teniendo en cuenta el índice ICIS Petrochemical, que sigue la evolución de los costes de las materias primas del plástico, y el índice de costes laborales (Labour Cost Index o LCI por sus siglas en inglés).
- (117) Concretamente:
- a. [CONFIDENCIAL]
 - b. [CONFIDENCIAL]⁵²
 - c. [CONFIDENCIAL].

c) Volumen de suministro de bolsas tipo bag-in-box:

- (118) El suministro de bolsas tipo bag-in-box a CARTOBOL con el tapón/grifo Vitop Uno[®] no podrá superar [CONFIDENCIAL] unidades por mes.⁵³ Este límite de suministro mensual de bolsas tipo bag-in-box se reiniciará cada primero de mes y se revisará de manera anual.
- (119) Este límite no opera como una obligación de compra para CARTOBOL, sino como un límite de suministro para el grupo SMURFIT KAPPA quien se compromete a suministrar a CARTOBOL cada mes hasta [CONFIDENCIAL] bolsas tipo bag-in-box con el tapón/grifo Vitop Uno[®].

⁵¹ La propuesta de precios para las bolsas tipo bag-in-box con el tapón/grifo Vitop Uno[®] tiene en cuenta la novedad en el mercado del producto Vitop Uno[®]. Según el grupo SMURFIT KAPPA, Vitop Uno[®] se trata de un nuevo producto en el mercado en cuyo desarrollo el grupo ha invertido aproximadamente [CONFIDENCIAL] para garantizar el cumplimiento de la nueva Directiva (UE) 2019/904 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de junio de 2019 relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente, y la notificante pretende recuperar dicha inversión a través de la aplicación de dicho recargo al precio del Vitop Uno[®] tanto interna como externamente.

⁵² Los datos de Eurostat pueden ser consultados en el siguiente enlace: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/LC_LCI_R2_A\\$DEFAULTVIEW/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/LC_LCI_R2_A$DEFAULTVIEW/default/table?lang=en).

⁵³ Dicha limitación responde a las limitaciones de producción actual del tapón/grifo Vitop Uno[®]

(120) El límite de suministro se revisará con carácter anual, pudiendo ser eliminado si el grupo SMURFIT KAPPA no lo sigue considerando necesario.

d) Calidad y cumplimiento normativo de las bolsas tipo bag-in-box y tapones/grifos Vitop© estándar y Vitop Uno©:

(121) A partir del 3 de julio de 2024, todas las bolsas tipo bag-in-box de 2.25L, 3L y 5L y tapones/grifos Vitop© y Vitop Uno© suministrados por el grupo SMURFIT KAPPA a CARTOBOL cumplirán con la Directiva (UE) 2019/904 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de junio de 2019 relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente.

(122) En cualquier caso, los productos suministrados por el grupo SMURFIT KAPPA a CARTOBOL cumplirán siempre con la normativa legal vigente que les sea de aplicación a nivel del Espacio Económico Europeo.

e) Marcas/signos identificativos del grupo SMURFIT KAPPA:

(123) Las bolsas tipo bag-in-box que suministre el grupo SMURFIT KAPPA a CARTOBOL serán suministradas sin ningún tipo de marca o signo identificativo que pueda vincularlas con el grupo SMURFIT KAPPA.

(124) Esto no aplicará a los tapones/grifos suministrados por el grupo SMURFIT KAPPA a CARTOBOL.

f) Condiciones de entrega y pago:

(125) El suministro de bolsas tipo bag-in-box a CARTOBOL se hará de conformidad con las siguientes condiciones de entrega y pago:

[CONFIDENCIAL]

g) Contrato de suministro:

(126) Las condiciones establecidas en el presente Compromiso se recogerán en el contrato de suministro que acuerden el grupo SMURFIT KAPPA y CARTOBOL («el Contrato de Suministro»).

(127) El Contrato de Suministro establecerá una cláusula que especifique que CARTOBOL sólo podrá vender las bolsas tipo bag-in-box suministradas por el grupo SMURFIT KAPPA a clientes situados en España. Ante el conocimiento del incumplimiento de dicha cláusula, el Contrato de Suministro deberá permitir a la CNMC, una vez verificado el incumplimiento, a autorizar la resolución del Contrato de Suministro en las condiciones acordadas en el presente Compromiso.

h) Vigencia del compromiso:

(128) El Compromiso tendrá una vigencia desde la resolución de aprobación de la presente operación hasta el 31 de diciembre de 2026.

COMPROMISO SEGUNDO: OBLIGACIONES DE INFORMACION A LA CNMC.

- (129) Para que la CNMC pueda hacer seguimiento y vigilar el cumplimiento del Compromiso, el grupo SMURFIT KAPPA remitirá a la DC, durante la vigencia del Compromiso, la siguiente información con carácter anual:
- (i) Listado de pedidos de bolsas tipo bag-in-box de CARTOBOL, distinguiendo por capacidad de la bolsa Bag-in-box y tipo de tapón/grifo acoplado.
 - (ii) Listado de precios anuales del grupo SMURFIT KAPPA para CARTOBOL, según la capacidad de las bolsas tipo bag-in-box y el tapón/grifo solicitado.
 - (iii) Información sobre la parte del precio del producto que se corresponde con la mano de obra, que se actualizará conforme a los datos de inflación obtenidos del índice LCI en el caso de que la variación supere el [CONFIDENCIAL]% respecto al del año anterior.
 - (iv) Información sobre la situación de la capacidad instalada de producción para el tapón/grifo Vitop Uno®, y restricciones de dicha capacidad en los supuestos de no poder hacer frente a las cantidades de bolsas tipo bag-in-box de capacidad de hasta 3L incluidos demandadas por CARTOBOL. Esta información deberá permitir a la CNMC verificar que no es técnicamente posible atender a dicho incremento de demanda respecto del año anterior.
- (130) Sin perjuicio de la obligación anterior, la CNMC podrá, en todo caso, solicitar información adicional a las partes que se estime necesaria para el desempeño de las funciones de vigilancia, conforme a los establecido en los artículos 39 y 41 de la LDC.

9. VALORACION DE LA OPERACIÓN CON COMPROMISOS

- (131) De acuerdo con el artículo 10 de la LDC, la CNMC valorará las concentraciones económicas atendiendo a la posible obstaculización del mantenimiento de una competencia efectiva en todo o en parte del mercado nacional.
- (132) Ahora bien, de conformidad con el artículo 59 de la LDC, cuando de una concentración puedan derivarse obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva, las partes notificantes, por propia iniciativa o a instancia de la CNMC, pueden proponer compromisos para resolverlos.
- (133) La LDC atribuye la competencia a la DC para valorar estos compromisos y al Consejo para resolver sobre los mismos, preservando la posibilidad de que la CNMC establezca condiciones si se considera que los compromisos

presentados no son adecuados para resolver los problemas de competencia detectados.

- (134) Este modelo permite conjugar la salvaguarda de las condiciones de competencia en el mercado con el máximo respeto a los principios de proporcionalidad y mínima intervención por parte de la autoridad a la hora de condicionar las operaciones de concentración.
- (135) En relación con la proporcionalidad, es importante recordar que los posibles remedios no deberían ir más allá de los problemas ocasionados por la operación notificada, dado que su objetivo no es redefinir la estructura de las empresas o de los mercados con el fin de resolver problemas de competencia preexistentes o ajenos a la operación. Si bien ello no significa que los problemas de competencia preexistentes no puedan ser objeto de remedios en la medida que la operación de concentración agrave los mismos.
- (136) Con carácter general, resulta preferible que la CNMC opte por los compromisos ofrecidos, siempre que sean adecuados, frente a la posibilidad legal de imponer condiciones porque, al haber sido ofrecidos de manera voluntaria, se facilita la ejecución y vigilancia de los compromisos.
- (137) De acuerdo con el apartado 9 de la Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles en operaciones de concentración⁵⁴: “los compromisos deberán eliminar enteramente los problemas de competencia y deberán ser completos y efectivos desde todos los puntos de vista”.
- (138) De acuerdo con lo establecido en la Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles en control de concentraciones la DC ha evaluado el alcance de los compromisos propuestos y la viabilidad de su ejecución efectiva para suprimir los problemas de competencia, que considera suficientes y proporcionados para solventar el riesgo de competencia detectado derivados de la adquisición por la notificante de la posición venía manteniendo ARTEMIS en España a través de CARTOBOL, único cliente de ARTEMIS en España.
- (139) Tras la operación CARTOBOL perdería de forma inmediata a uno de sus dos proveedores de este tipo de bolsas bag-in-box, ya que SMURFIT suministra directamente a clientes finales, y no vende a clientes intermedios como CARTOBOL, que competirían con él en la comercialización de este tipo de bolsas a clientes finales.
- (140) El compromiso de mantenimiento de condiciones de suministro a CARTOBOL en las mismas condiciones que con carácter previo a la operación, garantiza que CARTOBOL pueda seguir ofreciendo este tipo de bolsas a sus clientes en las condiciones preexistentes y mantener la

⁵⁴ Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles con arreglo al Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo y al Reglamento (CE) nº 802/2004 de la Comisión. (2008/C 267/01)

presión competitiva que venía ejerciendo en el mercado español con carácter previo a la operación.

- (141) En este sentido la Dirección de Competencia ha confirmado con CARTOBOL que los precios de partida, así como las condiciones de suministro y entrega de las bolsas tipo bag-in-box a que se refiere el compromiso se corresponden con las actualmente vigentes entre ARTEMIS y CARTOBOL, habiendo valorado éste positivamente la propuesta de compromisos presentada.
- (142) Con respecto al mecanismo de revisión de precios, las condiciones de suministro actualmente vigentes entre CARTOBOL y ARTEMIS establecen un mecanismo de revisión de precio en base al índice ICIS Petrochemical recogido en los presentes compromisos. Adicionalmente SMURFIT ha incluido también una actualización en base al Labour Cost Index, si bien el mismo se activaría únicamente en casos de que el incremento del mismo respecto del año anterior supere el [CONFIDENCIAL]% y la actualización afectaría únicamente a la parte del precio que corresponde a los costes laborales, que supone [CONFIDENCIAL]% del precio final del producto. Por tanto, la adición de este índice al mecanismo de revisión no supone una variación significativa respecto de las condiciones de suministro actuales, permitiendo a CARTOBOL mantener su posición competitiva en el mercado hasta el final de la vigencia de los presentes compromisos.
- (143) Por otra parte, el recargo sobre el precio aplicado a las bolsas que lleven acoplado el nuevo grifo Vitop Uno© es razonable para que la notificante pueda rentabilizar la inversión realizada para su desarrollo, tal y como ha confirmado CARTOBOL.
- (144) Por lo que respecta a la duración de los compromisos, desde la adopción de la resolución de aprobación de la presente operación hasta el 31 de diciembre de 2026 incluido (esto es, 2 años y 7 meses), constituye un periodo de tiempo razonable de transición para que CARTOBOL pueda seguir suministrando a sus clientes actuales en las mismas o similares condiciones a las vigentes, y poder buscar en paralelo un proveedor alternativo de los productos que le venía suministrando ARTEMIS con carácter previo a la operación. En este sentido, CARTOBOL ha valorado en citado periodo como suficiente y razonable para poder buscar una alternativa de suministro a ARTEMIS.
- (145) En relación a la limitación establecida por la notificante a la cantidad máxima de suministro de bolsas de capacidad igual o inferior a 3 litros que llevarán acoplado el tapón grifo Vitop Uno©, por razón de restricciones de capacidad de producción del citado tapón grifo a las que actualmente hace frente la notificante, ésta se encuentra muy por encima del volumen actualmente demandado por CARTOBOL, por lo que no constituye una restricción efectiva a las cantidades demandas por CARTOBOL, incluso

aplicando una tasa de crecimiento razonable de la misma durante el periodo de vigencia de los presentes compromisos. En este sentido, la notificante, indica que a medida que vayan reduciéndose las citadas restricciones de capacidad, dicha limitación podría relajarse.

- (146) Por ello, se comprometen a informar a la CNMC sobre la situación de la capacidad instalada de producción para el tapón/grifo Vitop Uno®, y restricciones de dicha capacidad en el supuesto de no poder hacer frente a las cantidades de bolsas tipo bag-in-box de capacidad de hasta 3 litros demandadas por CARTOBOL en un momento determinado durante la vigencia de los presentes compromisos. Además, la citada limitación no opera como obligación de compra para el cliente.
- (147) Por último, dado que según la información aportada por CARTOBOL, las bolsas adquiridas a ARTEMIS se dirigen exclusivamente a clientes en España, con objeto de garantizar que los presentes compromisos solventen los riesgos a la competencia detectados en el mercado español, SMURFIT incluirá una cláusula en el contrato de suministro que especifica que las bolsas suministradas a CARTOBOL en cumplimiento de los presentes compromisos son para su comercialización por parte de CARTOBOL a clientes en España. El incumplimiento de dicha cláusula podría dar lugar, de verificarse el mismo por la CNMC, a la rescisión de contrato de suministro entre SMURFIT y CARTOBOL en las condiciones marcadas por la presente propuesta de compromisos.
- (148) Por último, el cumplimiento de los compromisos propuestos es fácilmente vigilable por la CNMC en la medida de que se han aportado los precios de partida y condiciones de suministro y entrega que rigen actualmente la relación de suministro entre ARTEMIS y CARTOBOL, tal y como ha confirmado este último. Por otra parte, el mecanismo de actualización de precios en base al índice ICIS Petrochemical, y al Labour Cost Index, ambos índices públicos y fácilmente accesibles que sigue la evolución de los costes de las materias primas del plástico y de los costes laborales respectivamente, permite monitorizar de manera fácil y objetiva la actualización de los precios durante toda la vigencia de los presentes compromisos.
- (149) Asimismo, para facilitar la vigilancia de los compromisos, SMURFIT se compromete a aportar a la CNMC con carácter anual información del i) listado de pedidos de bolsas tipo bag-in-box de CARTOBOL, del ii) listado de precios anuales aplicados por el grupo SMURFIT KAPPA a CARTOBOL, así como información sobre iii) la parte del precio del producto que se corresponde con la mano de obra, la cual se actualizará conforme a los datos de inflación obtenidos del índice LCI en el caso de que el incremento supere el [CONFIDENCIAL]% respecto al del año anterior.

- (150) Por último, SMURFIT aportará a la CNMC información sobre la capacidad instalada de producción y evolución de las restricciones de la misma del tapón grifo Vitop Uno®, en caso de no poder hacer frente a las cantidades demandadas por CARTOBOL de este tipo de bolsas. Todo ello sin perjuicio de que la CNMC pueda solicitar cualquier otra información que pueda considerar necesaria para la correcta vigilancia del cumplimiento de los presentes compromisos.
- (151) A la vista de lo anterior, la Dirección de competencia considera que la propuesta de compromisos presentada por la notificante es eficaz, suficiente y proporcionada para resolver los riesgos de competencia detectados durante la investigación.

10. PROPUESTA

- (152) En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 58.4b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone autorizar la concentración subordinada al cumplimiento de los compromisos presentados por la notificante con fecha 23 de mayo de 2024.
- (153) Asimismo, y teniendo en cuenta 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) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se considera que no tendrá la consideración de accesorias ni necesarias para la operación, quedando por tanto sujeta a la normativa sobre acuerdos entre empresas:
- la duración de las cláusulas de no captación y de no competencia en lo referente al ámbito geográfico de aplicación en todo lo que supere los dos (2) años al estar presentes las Partes en los mismos mercados y no haber transferencia de know-how significativa;
 - toda restricción a la tenencia de participaciones en empresas competidoras con finalidad de inversión financiera que no confiera control ni influencia decisiva con independencia del porcentaje de participación.
 - el contenido de la cláusula de confidencialidad en todo lo que exceda de dos (2) años en lo que respecta a información necesaria para el buen funcionamiento del negocio adquirido.