

C/0355/11  
ETH/CJG

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C/0355/11 LION CAPITAL/ACTIVOS ARDO/ACTIVOS BONDUELLE**

---

### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 27 de abril de 2011 tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de Lion Capital LLP, a través del grupo empresarial Findus (“FINDUS”), de ciertos activos de Ardovries España, SA (“ARDO”) y de ciertos activos del Grupo Bonduelle en el sector de alimentos congelados.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por Lion Capital LLP según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en la letra a) artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **27 de mayo de 2011**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (4) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de Lion Capital LLP, a través del grupo empresarial Findus (“FINDUS”), de ciertos activos de Ardovries España, SA (“ARDO”) y de ciertos activos del Grupo Bonduelle en el sector de alimentos congelados.
- (5) La operación se instrumenta a través de dos contratos: (i) un Contrato Marco firmado entre FINDUS y ARDO y (ii) un Contrato de Compraventa firmado por FINDUS y Bounduelle, en virtud de los cuales FINDUS adquiere determinados activos Ardo relacionados con los productos de la marca Findus<sup>1</sup> y determinados activos de Bonduelle relacionados con las marcas Frudesa y Salto.
- (6) Asimismo, la operación propuesta se condiciona a los acuerdos con la empresa en participación que Ardo y Bonduelle constituirán (“Joint Venture Industrial”) y en virtud

---

<sup>1</sup> ARDO venía fabricando y vendiendo productos congelados bajo la marca Findus en España y Portugal, en virtud del Contrato de Licencia de Marca [...] de 2005, entre FINDUS y ARDO. A raíz de la operación de concentración, dicho acuerdo se resolverá, cesando ARDO en el uso de los derechos de propiedad industrial que tenía concedidos bajo licencia y transfiriendo a FINDUS los pertinentes nombres de dominio y derechos de propiedad industrial usados por ARDO en relación con los productos Findus.

de los cuales la Joint Venture Industrial fabricará y [...] <sup>2</sup> bajo la marca Findus y las marcas Frudesa y Salto <sup>3</sup>.

- (7) Respecto a la transferencia de los activos Ardo y de los activos Bonduelle, esta Dirección de Investigación considera que ambas operaciones forman una única concentración de acuerdo a la Comunicación consolidada de la Comisión Europea sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia (2008/C 95/01) y la reciente Resolución del Consejo, del 15 de noviembre de 2010, C-0274/10 LIPSA/CARGILL. En efecto, existe simultaneidad entre las transacciones e interdependencia jurídica ya que están condicionadas contractualmente
- (8) En consecuencia, la operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1. b) de la LDC.

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

- (9) 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, puesto que el volumen de negocios total de los activos adquiridos a escala comunitaria es inferior a 250 millones de euros
- (10) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1a) de la misma.
- (11) Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de la autoridad de competencia de España.

### **IV. EMPRESAS PARTÍCIPES**

#### **IV.1. LION CAPITAL LLP (“LION CAPITAL”)**

- (12) LION CAPITAL es una entidad gestora de capital de riesgo, especializada en inversiones en sociedades dedicadas a la producción y/o venta de bienes de consumo de marca.
- (13) La única compañía de la cartera de LION CAPITAL con una actividad <sup>4</sup> en el sector de productos congelados, en España, es Findus Group Limited (“FINDUS”), a través de la cual se va a ejecutar la operación de concentración propuesta.
- (14) La facturación de LION CAPITAL en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5

---

<sup>2</sup> Se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

<sup>3</sup> Según la representante de las sociedades que constituyen la Joint Venture, la constitución de la Joint Venture es una concentración independiente de la operación propuesta (ver párrafo 41 de la Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas) que no se encuentra incluida en los umbrales de notificación recogidos en el artículo 8 de la LDC y por lo tanto, no es notificable.

<sup>4</sup> Según la notificante, la actividad de FINDUS en España es residual, realizándose únicamente a través de ciertas exportaciones que [...]

del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LION CAPITAL (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>5.000]	[>250]	[<60]

*Fuente: Notificación*

#### IV.2. ARDOVRIES ESPAÑA, S.A. (“ARDO”)

- (15) ARDO pertenece al grupo belga del mismo nombre, con presencia en distintos países europeos, especializado en la fabricación de alimentos congelados.
- (16) ARDO se dedica al desarrollo, producción y comercialización de una gama completa de vegetales y platos preparados congelados destinados a los canales de hogar, restauración y clientes industriales.
- (17) La facturación de los activos ARDO en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ACTIVOS ARDO (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<5.000]	[<250]	[<60]

*Fuente: Notificación*

#### IV.3. BONDUELLE IBÉRICA, S.A. (“BONDUELLE”)

- (18) Los activos Bonduelle pertenecen al grupo empresarial francés Bonduelle, dedicado al procesado, fabricación y distribución de vegetales en conserva, congelados, IV gama y platos preparados fríos.
- (19) En España, el grupo Bonduelle desarrolla actividades de importación y distribución de conservas y de fabricación y comercialización de productos congelados. En la operación sólo está afectado el sector de los alimentos congelados, integrado por las marcas Frudesa, Salto y Bonduelle (si bien solo forman parte de la operación las dos primeras) y por el negocio que en base a las dos primeras marcas desarrolla en España la filial del grupo Bonduelle.
- (20) La facturación de los activos BONDUELLE en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ACTIVOS BONDUELLE (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<5.000]	[<250]	[<60]

*Fuente: Notificación*

## V. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (21) En el Contrato Marco, firmado entre FINDUS y ARDO, y en el Contrato de Compraventa, firmado por FINDUS y Bounduelle, se acuerda una cláusula de no competencia de duración [superior a tres años].
- (22) Teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), se considera que en el presente caso, y en lo que respecta a España, el contenido del pacto de no competencia no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada y en lo que respecta a su duración, es razonable en la medida en que no se superen los 3 años, quedando a partir de entonces sujeto a la normativa sobre acuerdos entre empresas.
- (23) En lo que se refiere a los contratos entre FINDUS y la Joint Venture<sup>5</sup> para que ésta fabrique, envase y suministre, [...], los productos congelados a comercializar por FINDUS (Findus, Salto y Frudesa) en España y Portugal [...] con carácter exclusivo así como los contratos de servicios de almacenaje, distribución y logística, se considera que a pesar de que la duración de estos contratos se ajusta a lo establecido en la Comunicación de la Comisión, podrían ir más allá de lo razonable para hacer posible la operación en tanto que se establece la exclusividad [...] estando, en su caso, sujetas a la normativa aplicable a los acuerdos entre empresas.

## VI. MERCADOS RELEVANTES

### VI.1 Mercados de producto

- (24) El sector económico (Código NACE) en el que se enmarca la operación es el C 10- Fabricación de productos alimentarios, y más concretamente en el sector de los alimentos congelados.
- (25) ARDO está presente en la fabricación y distribución de alimentos congelados tanto en el canal alimentación como en el canal Horeca, bajo la marca del fabricante y la marca blanca. Por su parte, Bonduelle se encuentra activo en la fabricación y distribución de alimentos congelados y verduras en conserva en el canal alimentación, para la marca del fabricante y la marca blanca, y en el canal Horeca, bajo la marca de fabricante.

<sup>5</sup> [...]

- (26) En línea con los precedentes comunitarios<sup>6</sup> y nacionales<sup>7</sup>, para los productos alimentarios existe la posibilidad de definir dos mercados en función del canal de venta: (i) canal Horeca (restauración de ocio y restauración institucional) y (ii) canal alimentación (hipermercados, supermercados, tiendas, etc). Asimismo, las autoridades comunitarias<sup>8</sup> y nacionales<sup>9</sup> han señalado en ciertas ocasiones que dentro del canal alimentación se pueden delimitar dos sub-mercados en función del destino de los productos: (i) el de la producción y venta para la distribución al consumidor final bajo marca propia o fabricante y (ii) el mercado de la producción y venta a distribuidores para su comercialización bajo marca del distribuidor o marca blanca, llamado también “nivel mayorista”. No obstante, en el reciente precedente comunitario, caso M.5975-Lion Capital/Picard Group, y en la decisión de la autoridad francesa, en el caso Champiloures/Bonduelle<sup>10</sup>, se concluyó que para los productos congelados y las verduras congeladas no es necesario una segmentación entre la marca blanca y la marca de fabricante, teniendo en cuenta que la marca blanca tiene una presencia significativa en el canal alimentación donde compite directamente con las marcas de fabricante y los clientes tienden a cambiar de una a otra y, por lo tanto, se consideró que se encuentran en el mismo mercado.
- (27) En todo caso, en la presente operación solo se vería afectado el primero de los submercados dado que las marcas transferidas no corresponden a marcas blancas sino del fabricante.
- (28) Por otra parte, la posible consideración de mercados separados para los productos de marca blanca y marca propia a nivel mayorista no está en contradicción con el hecho de que en el sector minorista (clientes finales) las marcas blancas y las del fabricante compitan entre sí y se engloben en el mismo mercado de producto<sup>11</sup>.
- (29) A la vista de lo anterior, y a efectos de la presente operación, esta Dirección de Investigación analizará los siguientes mercados: la fabricación y distribución de alimentos congelados tanto en el canal Horeca como en el canal alimentación, dentro del cual se considerarán (i) el mercado de la producción y venta para la distribución al consumidor final bajo marca propia o fabricante y (ii) el mercado de producción y distribución al sector minorista, todo ello tanto en el mercado amplio de alimentos congelados como en los mercados estrechos de verduras básicas congeladas y platos preparados congelados. No obstante, no se considera necesario analizar las posibles subsegmentaciones propuestas por la notificante dentro de dichos mercados, teniendo en cuenta las consideraciones sobre la sustituibilidad entre tipos de verduras congeladas en los precedentes comunitarios en los alimentos congelados<sup>12</sup> y la reciente decisión de la autoridad francesa en el Caso Champilouire/Bonduelle en el

---

<sup>6</sup> Casos M.5975 Lion Capital/Picard Group; M.2302 Heinz/CSM; M. 1990 Unilever/Bestfoods.

<sup>7</sup> C- 217/10 Lactalis/Forlasa

<sup>8</sup> Casos M.2097 SCA/METSÄ Tissue; M.2337 Nestle /Ralston Purina

<sup>9</sup> C- 341/11 Siro/Nutrexpa Activos; C-217/10 Lactalis/Forlasa

<sup>10</sup> Decisión de 15 de marzo de 2010, en el caso Champilouire/Bonduelle.

<sup>11</sup> C- 217/10 Lactalis/Forlasa

<sup>12</sup> La única subcategoría propuesta por la Comisión en el sector de los platos preparados congelados ha sido las pizzas congeladas y las patatas congeladas

mercado de verduras básicas congeladas<sup>13</sup>.

## **VI.2 Mercados geográficos**

- (30) En decisiones anteriores sobre la fabricación y distribución de productos alimentarios, tanto la Comisión Europea como la CNC han considerado que el mercado relevante tiene carácter nacional debido a los distintos hábitos y patrones de consumo individualizables a nivel nacional, el prestigio de determinadas marcas locales entre los consumidores y el hecho de que la negociación de los contratos de ventas se realiza fundamentalmente a nivel nacional. No obstante, en algunas ocasiones se ha dejado abierta la posibilidad de estrechar más el ámbito geográfico considerándolo de dimensión regional<sup>14</sup>.
- (31) Por su parte, la notificante señala que el mercado de alimentos congelados, y en concreto el de verduras básicas congeladas, excede el territorio nacional debido al alto porcentaje que representan las exportaciones, con un 50% de la producción total del mercado. Sin embargo, la notificante no aporta ninguna cuota de mercado para el Espacio Económico Europeo.
- (32) A la vista de lo anterior, y a efectos de la presente operación, esta Dirección de Investigación estima, en línea con los precedentes comunitarios y nacionales recientes en el sector agroalimentario, que el mercado geográfico es de dimensión nacional.

## **VII. ANÁLISIS DEL MERCADO**

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

- (33) El sector de la fabricación de alimentos congelados se caracteriza por la presencia de fabricantes reconocidos que compiten con la partes como Pescanova, Nestlé y Oetker. Asimismo, existe un gran número de fabricantes que centran su actividad en la marca blanca y en el canal Horeca.
- (34) En los últimos años, se ha producido un crecimiento importante de la marca blanca o de distribuidor que ha alcanzado entre un 50-85% del mercado de los congelados, dependiendo del segmento analizado, y ha conllevado una correlativa pérdida de cuota de mercado para los productos de fabricante. El ejemplo más significativo, según la notificante, se aprecia en el segmento de verduras congeladas dónde la marca blanca ha incrementado su cuota en 3 puntos porcentuales, en los últimos tres años, alcanzado un [70-80]% del mercado.
- (35) La notificante señala el carácter dinámico e innovador del sector de los alimentos congelados con lanzamientos de nuevos productos incorporando nuevas fórmulas e ingredientes.

---

<sup>13</sup> En el caso Champiloire/ Bonduelle, decisión de 15 de marzo de 2010, la autoridad francesa de competencia consideró, teniendo en cuenta la sustituibilidad de la oferta y la demanda, que los champiñones formaban parte del mercado de verduras congeladas, no existiendo una delimitación más estrecha para este mercado.

<sup>14</sup> C- 217/10 Lactalis/Forlasa

(36) Los principales proveedores de materias primas, en concreto de vegetales, son agricultores y cooperativas, así como terceros (“co-packers”) que fabrican y envasan sus productos.

a) Mercado de producción y distribución al sector minorista

(37) De acuerdo con la notificante, las cuotas de las partes y de sus principales competidores en el mercado de producción y distribución de alimentos congelados, verduras congeladas y platos preparados congelados, respectivamente, al sector minorista son las siguientes:

<b>Cuotas de mercado de producción y distribución al sector minorista en España (2008)</b>			
	<b>Alimentos Congelados</b>	<b>Verduras congeladas</b>	<b>Platos preparados congelados</b>
	<b>% Valor</b>	<b>% Valor</b>	<b>% Valor</b>
ACTIVOS BONDUELLE	[0-10]%	[0-10]%	[10-20]%
ACTIVOS FINDUS	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%
<b>FINDUS +BONDUELLE</b>	<b>[0-10]%</b>	<b>[20-30]%</b>	<b>[10-20]%</b>
PESCANOVA	[10-20]%	n/d	[0-10]%
NESTLÉ	[0-10]%	n/d	[10-20]%
MARCA BLANCA	[40-50]%	[70-80]%	[40-50]%
Otros	[20-30]%	[0-10]%	[10-20]%
Total	100%	100%	100%
<b>Cuotas de mercado de producción y distribución al sector minorista en España (2009)</b>			
	<b>Alimentos Congelados</b>	<b>Verduras congeladas</b>	<b>Platos preparados congelados</b>
	<b>% Valor</b>	<b>% Valor</b>	<b>% Valor</b>
ACTIVOS BONDUELLE	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ACTIVOS FINDUS	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%
<b>FINDUS +BONDUELLE</b>	<b>[0-10]%</b>	<b>[20-30]%</b>	<b>[10-20]%</b>
PESCANOVA	[10-20]%	n/d	[0-10]%
NESTLÉ	[0-10]%	n/d	[10-20]%
MARCA BLANCA	[40-50]%	[70-80]%	[40-50]%
Otros	[20-30]%	[0-10]%	<b>[20-30]%</b>
Total	100%	100%	100%
<b>Cuotas de mercado de producción y distribución al sector minorista en España (2010)</b>			
	<b>Alimentos Congelados</b>	<b>Verduras congeladas</b>	<b>Platos preparados congelados</b>
	<b>% Valor</b>	<b>% Valor</b>	<b>% Valor</b>

ACTIVOS BONDUELLE	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ACTIVOS FINDUS	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%
<b>FINDUS +BONDUELLE</b>	<b>[0-10]%</b>	[20-30]%	<b>[10-20]%</b>
PESCANOVA	[10-20]%	n/d	[0-10]%
NESTLÉ	[0-10]%	n/d	[10-20]%
MARCA BLANCA	[40-50]%	[70-80]%	[50-60]%
Otros	[20-30]%	[0-10]%	[20-30]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Estimación de la notificante

(38) Como se desprende de las tablas anteriores, en el mercado minorista del canal alimentación, los productos de marca blanca ejercen una presión competitiva sobre los productos de marca de fabricantes. De este modo, se puede considerar que en los mercados de alimentos congelados y verduras congeladas, las marcas blancas y las marcas de fabricantes forman parte del mismo mercado.

(39) Por otro lado, cabe destacar que si se analizaran mercados más estrechos solo se alcanzarían cuotas superiores al [30-40]% en los subsegmentos de diversos tipos de verduras (guisantes, mezcla de ensaladilla, mezcla de menestra) y en el subsegmento de platos preparados a base de pasta. No obstante, teniendo en cuenta la sustituibilidad entre tipos de verduras congeladas y que no existen precedentes delimitando estos mercados estrechos, no se considera que puedan constituir mercados separados, tratándose en todo caso de cuotas inferiores al [30-40]% sin que la operación pueda suponer una amenaza para la competencia en los mismos.

b) Mercado de producción y venta para la distribución bajo marca propia o fabricante

(40) De acuerdo con la notificante, las cuotas de las partes y de sus principales competidores en el mercado de producción y venta para la distribución bajo marca propia o fabricante en el último ejercicio económico son las siguientes:

Cuotas de mercado de la producción y venta para la distribución bajo marca propia o fabricante en España (2010)			
	Alimentos Congelados	Verduras congeladas	Platos preparados congelados
	% Valor	% Valor	% Valor
ACTIVOS BONDUELLE	[0-10]%	[30-40]%	[10-20]%
ACTIVOS FINDUS	[0-10]%	[50-60]%	[10-20]%
<b>FINDUS +BONDUELLE</b>	<b>[10-20]%</b>	<b>[90-100]%</b>	<b>[20-30]%</b>
PESCANOVA	[20-30]%	n/d	[0-10]%
NESTLÉ	[10-20]%	n/d	[10-20]%
Otros	[40-50]%	[0-10]%	[50-60]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: Estimación de la notificante

- (41) Por su parte, en el canal Horeca, la operación sólo afecta a los Activos ARDO (productos comercializados bajo la marca Findus), con una cuota de mercado en los alimentos congelados y en sus segmentos más estrechos no superior al [10-20]%.

**VII.2. Estructura de la demanda, canales de distribución, precios, barreras a la entrada, competencia potencial.**

- (42) La notificante señala que la demanda está compuesta por grandes cadenas de distribución y distribuidores de menor tamaño aglutinados en grupos de compra lo que les confiere una mayor capacidad de compra.
- (43) La notificante informa de que los principales clientes son empresas de distribución alimentaria con un elevado poder de negociación, como es el caso de [...] que alcanzó en el segmento de las verduras congeladas, en el último ejercicio, un [30-40]% en valor de la capacidad de compra y que comercializa únicamente su marca blanca.
- (44) Igualmente, indica que no existe fidelidad de marcas en los alimentos congelados y que el principal elemento de elección entre los consumidores es el precio del producto.
- (45) La notificante señala que en el mercado de los alimentos congelados no hay barreras significativas de entradas, requiriéndose únicamente una inversión de capital para desarrollar las instalaciones y el know-how necesario. Asimismo, indica que al ser habitual en el mercado la suscripción de contratos de co-ensado o fabricación ello permite minimizar las inversiones de capital necesarias.
- (46) La notificante considera que si se definiese un mercado estrecho de producción y venta a distribuidores para su comercialización bajo marca del fabricante, habría que considerar como competidores potenciales tanto a los operadores activos en el mercado de producción y venta a distribuidores para su comercialización bajo marca del distribuidor o marca blanca como a los activos en el canal Horeca, pues en cualquier momento pueden pasar a fabricar productos de marca del fabricante utilizando líneas de producción e instalaciones existentes. Ejemplo de ello es el caso de Congelados de Navarra que acaba de lanzar la marca “Verdiricas” y de Fruveco que centraba su actividad en los mercados de exportación pero tiene intención de empezar a distribuir en el canal alimentación en España.

**VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (47) La operación notificada consiste en la adquisición de ciertos activos de ARDO y ciertos activos de Bonduelle por parte de Lion Capital. Los activos ARDO y Bonduelle son aquéllos relacionados con los productos congelados comercializados bajo la marca Findus y las marcas Frudesa y Salto, respectivamente.
- (48) La actividad en la que están presentes las partes se encuadra en el sector de los productos alimentarios, y en concreto en el sector de los alimentos congelados.
- (49) La operación supone el refuerzo de la adquirente en el mercado mayorista de la producción y venta de verduras congeladas para ser comercializadas bajo marca de fabricante, en el que están presentes los activos ARDO ([50-60]%) y los Activos

Bonduelle ([30-40]%) adquiridos. En el mercado de producción y distribución minorista de verduras congeladas, la entidad resultante adquiere una cuota del [20-30]% ([10-20]% correspondiente a los Activos ARDO y [0-10]% correspondiente a los Activos Bonduelle) frente al [70-80]% que aglutina la marca blanca.

- (50) A pesar de la elevada cuota de mercado resultante en el mercado mayorista ([90-100]%), no se considera que la operación pueda suponer una amenaza para la competencia efectiva en el mismo por diversos motivos propios de este mercado. En primer lugar, debe tenerse en cuenta una cierta sustituibilidad entre las verduras básicas congeladas y otros alimentos congelados u otros platos preparados congelados, donde la cuota resultante se reduce al [10-20]% y [20-30]%, respectivamente, dado que la fortaleza de las partes se concentra especialmente en las verduras congeladas frente a competidores con carteras más diversificadas como NESTLÉ, cuyas cuotas en alimentos congelados son similares a las de los platos preparados congelados. Por otra parte, cabe resaltar la penetración que, en los últimos años, los productos de marca blanca están teniendo en los mercados de verduras congeladas con unas cuotas entre el 70-80% en los mercados minoristas como se ha señalado. La notificante señala que la intensa competencia existente entre productos de marca blanca y productos de marca de fabricante resulta aún más evidente si se analiza la evolución seguida por ésta, cuya cuota se ha incrementado en tres puntos porcentuales (de [70-80]% a [70-80]%) en los últimos tres años en detrimento de las partes y en casi [30-40] puntos porcentuales (de [30-40]% a [70-80]%) entre 2002 y 2010 en el sector de verduras y otros platos preparados congelados, según datos de la consultora del mercado de gran consumo IRI.
- (51) En este sentido, tal y como apunta la notificante, debe tenerse en cuenta el elevado número de competidores potenciales que representan los actuales productores de marca blanca así como los operadores activos en el canal Horeca, que en cualquier momento pueden pasar a fabricar productos de marca del fabricante utilizando líneas de producción e instalaciones existentes, como ha ocurrido con las empresas Congelados de Navarra y Fruveco.
- (52) Asimismo, cabe destacar que la demanda de los productos congelados está principalmente compuesta por grandes cadenas de distribución, con un elevado poder de negociación que contribuye a contrarrestar el poder del fabricante..
- (53) Por último, deben tenerse en cuenta los vínculos contractuales preexistentes entre ARDO y LION CAPITAL, propietario del Grupo FINDUS, que ya operaba con la marca Findus en el Reino Unido, Suecia, Noruega, Francia, Finlandia y Dinamarca, de forma que, en lo que respecta a los activos ARDO, la operación realmente permitirá a FINDUS volver a operar directamente en España al recuperar la licencia que tenía cedida a ARDO.
- (54) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en el mercado analizado, por lo que es susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.

## **IX. PROPUESTA**

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