

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C-0637/15 FINDUS/Activos NESTLÉ

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 10 de febrero de 2015 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de FINDUS SVERIGE AB (FINDUS) del control exclusivo sobre determinados activos pertenecientes al negocio de alimentos refrigerados y congelados de NESTLÉ ESPAÑA S.A.U. (NESTLÉ).
- (2) Dicha notificación fue realizada por FINDUS según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en la letra a del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) El artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (4) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **10 de marzo de 2015** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (6) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (7) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (8) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.
- (9) La operación está sujeta a la autorización de la autoridad de competencia de España.

III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (10) La operación consiste en la adquisición por parte de FINDUS SVERIGE AB (FINDUS) del control exclusivo sobre determinados activos pertenecientes al negocio de alimentos refrigerados y congelados de NESTLÉ ESPAÑA S.A.U. (NESTLÉ), comercializados bajo las marcas “La Cocinera” y “Fricongel”.
- (11) Los términos de la operación se recogen en un Contrato de Compraventa de Activos de fecha de [...] ¹ suscrito entre FINDUS y NESTLÉ ESPAÑA, S.A.U.
- (12) En virtud del Contrato, NESTLÉ transmitirá a FINDUS el negocio de fabricación y distribución de productos congelados y refrigerados incluyendo el equipamiento y bienes muebles, las licencias correspondientes, el inventario y los datos operativos para el desarrollo del negocio.
- (13) Quedan excluidos de la operación: [...], (ii) el negocio denominado “*Chilled Dough*” (que incluye masas refrigeradas y obleas), [...].

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. FINDUS SVERIGE, AB (FINDUS)

- (14) El grupo FINDUS se dedica al procesado y distribución de pescado y mariscos congelados y refrigerados y de otros alimentos congelados y refrigerados.
- (15) Atiende al sector minorista y al sector de la restauración y opera principalmente en el Reino Unido, Suecia, España, Francia, Finlandia y Dinamarca.
- (16) Entre sus principales accionistas se encuentran [...]. En la actualidad no hay ninguna persona física o jurídica que ejerza el control sobre FINDUS.
- (17) En España, FINDUS concentra su actividad en los platos preparados congelados y las verduras congeladas bajo las marcas Findus, Frudesa y Salto. FINDUS no comercializa productos para su distribución bajo marca blanca ni productos refrigerados y su presencia en el canal Horeca es limitada.
- (18) El volumen de negocios de FINDUS en el ejercicio económico de 2013, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE FINDUS 2013 (millones de Euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[>250]	[<60]

Fuente: Notificación

IV.2. Activos NESTLÉ

- (19) Los Activos NESTLÉ están constituidos por el negocio de alimentos congelados y refrigerados en España de NESTLÉ bajo las marcas “La Cocinera” y “Fricongel”.

¹ Se indica entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

- (20) Los Activos Nestlé están compuestos fundamentalmente por el negocio de alimentos congelados en España² ([...] de la facturación total) y comprende los siguientes productos: croquetas, lasaña y canelones, empanadillas, carne preparada (incluidos *nuggets*, *fingers* y alitas de pollo, y filetes de pavo, filetes *cordón bleu* y San jacobos), salteados congelados, otros productos congelados (como arroz negro, espinacas a la crema, cremas selectas de verduras, sopa de pescado, churros y masa de pizza) y de manera residual, pescado preparado.
- (21) El volumen de negocios de los Activos NESTLÉ en el ejercicio económico de 2013, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ACTIVOS NESTLÉ 2013 (millones de Euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1 Mercado de producto

- (22) El sector económico en el que se enmarca la operación es el de los alimentos congelados y en particular, el de los platos preparados congelados³, actividad en la que se solapan las partes. Además, FINDUS centra su actividad en las verduras congeladas, mercado en el que no está la parte adquirida⁴.
- (23) Se entiende por platos preparados los alimentos y combinación de alimentos procesados en fábrica, listos para su consumo una vez cocinados, sin preparación ulterior alguna.

Definición según las características y utilización del producto

- (24) Por lo que respecta al sector de la alimentación, la Comisión Europea ha considerado que los platos preparados podrían dividirse en las siguientes categorías: (i) alimentos congelados, (ii) alimentos refrigerados y (iii) alimentos frescos⁵.
- (25) Dentro del mercado de los productos congelados, los precedentes han distinguido los siguientes mercados: (i) verduras congeladas, (ii) pizzas congeladas, (iii) las patatas congeladas empleadas como guarnición (incluidas patatas fritas y patatas en gajos)⁶ (iv) pescado y marisco congelado (no preparado), (v) platos preparados

² Incluye exportaciones marginales (inferiores en total a [...]) a Francia y Portugal

³ El Negocio NESTLÉ también tiene ventas en refrigerados aunque poco significativas, [0-10]% (valor) y [0-10]% (volumen). FINDUS no está presente en refrigerados por lo que no se analizará este mercado.

⁴ FINDUS también comercializa en España pescado y marisco congelado si bien sus cuotas son inferiores al [0-10]% tanto en el mercado mayorista MDF como en el minorista.

⁵ Caso COMP/M.5975 –*Lion Capital / Picard Group*, Decisión de la Comisión Europea de 30 de septiembre de 2010, apartado. 10.

⁶ COMP/M.1740 *Heinz/United Biscuits Frozen and Chilled Foods*, Decisión de la Comisión de 6 de diciembre de 1999, apartados 8-14; COMP/M.3658 *Orkla/Chips*, Decisión de la Comisión de 3 de marzo de 2005, apartados 18-25

- congelados (PP congelados) y (vi) otros congelados (fundamentalmente helados y otros postres).
- (26) El notificante considera que el mercado de PP congelados debería constituir un solo mercado de producto, que incluyera todos los platos congelados procesados en fábrica y listos para su consumo una vez cocinados (en horno, microondas o sartén) y sin requerir preparación adicional alguna por el consumidor.
- (27) Señala, no obstante, que este mercado no incluiría pizzas como producto independiente (ni masa de pizza) o patatas congeladas utilizadas como guarnición, tal y como señaló la Comisión Europea, o ingredientes crudos (por ejemplo, verduras, carne o pescado crudo), dado que no han sido procesados o preparados, y normalmente requerirían algún tipo de complemento o preparación antes de ser cocinados. Por otro lado, el notificante no considera que haya que incluir tampoco productos de panadería o pastelería como, por ejemplo, churros.
- (28) El notificante justifica su definición del mercado en el caso C/0355/11 *Lion Capital/ Activos Ardo / Activos Bonduelle*, en el que la extinta CNC basó su análisis en la elevada sustituibilidad entre los distintos tipos de verduras congeladas⁷ y en el análisis realizado hasta esa fecha por la Comisión Europea⁸ en el mercado de PP congelados.
- (29) No obstante, la sustituibilidad de la demanda entre los diferentes tipos de verduras es mucho más elevada que la existente entre los numerosos PP congelados (croquetas, cremas de verduras, carnes, etc.) que difieren en preparación y utilización por el consumidor.
- (30) Posteriormente al precedente citado, la Comisión Europea separó mercados más estrechos dentro del mercado general de PP congelados⁹ definiendo el mercado de aperitivos congelados, como un mercado separado, y señalando que el test de mercado indicaba que los distintos tipos de aperitivos congelados pertenecían a mercados diferentes por la limitada sustituibilidad por el dado de la demanda¹⁰.
- (31) Asimismo, las autoridades francesas han distinguido mercados más estrechos dentro del mercado de PP congelados¹¹: aperitivos, entradas, platos principales y postres, analizando dentro del mercado de entradas los mercados estrechos de foie gras y salmón.

⁷ Se hizo referencia al caso de las autoridades francesas « Champiloire/ Bonduelle », decisión de 15 de marzo de 2010, en el que se 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.

⁸ La única subcategoría propuesta por la Comisión en el sector de los platos preparados congelados hasta 2012 fueron las pizzas congeladas y las patatas congeladas

⁹ COMP/M.6321 – BUITENFOOD / AD VAN GELOVEN HOLDING / JV

¹⁰ También indicó que por el lado de la oferta la sustituibilidad era limitada en función del tipo concreto de producto. Así analizó categorías separadas como hamburguesas, croquetas, albóndigas y pollo. No obstante, dejó abierta la definición del mercado dado que la valoración de la operación no variaba en función de una u otra definición.

¹¹ Decisión nº 10-DCC-87 de 4 agosto 2010 relativa a la adquisición del control exclusivos de la actividad de congelados del grupo Brossard por el Grupo Alfesca.

- (32) El notificante, no obstante, considera inapropiado aplicar una segmentación en función de si el producto constituye un entrante o un plato principal, en la medida en que las preferencias y costumbres de los consumidores varían entre países. En España, hay distintos platos que pueden consumirse como primer plato, plato principal o incluso aperitivo. Por ejemplo, las croquetas o las empanadillas congeladas pueden consumirse bajo varias de las maneras mencionadas, dependiendo del momento, de la cantidad o incluso de la edad del consumidor.
- (33) Cabría distinguir en función del ingrediente principal que contiene el PP congelado, distinguiéndose así los productos comercializados por las partes en: PP congelados de pescado, de carne, de vegetales, de pasta y arroz y de cremas y sopas, sin perjuicio de que platos como las croquetas y empanadillas pudieran conformar mercados más estrechos dados sus diferentes patrones de consumo.
- (34) En el caso de los PP congelados de cremas y sopas, éstas podrían formar parte de un mercado más amplio que incluyera las cremas y sopas a temperatura ambiente (sobres y bricks) ya que como indica el notificante, ambas precisan idénticos requisitos de preparación para su consumo (sólo calentar) y el plazo de caducidad en ambos casos es muy largo.
- (35) Por otra parte, una categorización que realiza de los PP congelados la consultora KANTAR y que fue facilitada por el notificante es: Gratinados, Croquetas, Empanadillas, Carnes Empanadas, Salteados y resto platos preparados¹².

Según el canal de venta alimentación/horeca

- (36) En anteriores decisiones adoptadas en el sector de los alimentos congelados¹³, y en línea con otros precedentes del sector de la alimentación, la Comisión Europea y la extinta CNC han distinguido entre la producción y venta de alimentos congelados destinada al sector minorista (Alimentación) y la producción y venta de alimentos congelados destinados al sector de la restauración (Horeca).
- (37) El principal factor sobre el que se basa esta distinción sería las diferencias existentes entre los clientes y sus necesidades (minoristas para el sector de venta al público y mayoristas o usuarios finales para el sector de la restauración), así como el envase, tamaño, calidad y precios de los productos.
- (38) No obstante, el notificante indica que las partes tienen una presencia marginal en el canal horeca, con una cuota en cualquier definición inferior al 10%%, por lo que no es preciso analizar este mercado.

Según el nivel de distribución: marca del distribuidor (MDD) o marca del fabricante (MDF)

¹² La segmentación de "Resto PP" incluye todos aquellos PP que no pertenecen a las categorías anteriores de KANTAR incluyendo desde las espinacas a la crema, hasta las recetas de albóndigas, paellas, cremas y sopas, etc.

¹³ Caso C/0355/11 *Lion Capital / Activos Ardo / Activos Bonduelle*, Decisión de 16 de mayo de 2011 En la UE, COMP/M.5975, *Lion Capital / Picard Group*, Decisión de la Comisión Europea de 30 de septiembre de 2010; Caso COMP/M.2302 *Heinz/CSM*, Decisión de la Comisión Europea de 23 de febrero de 2001; Caso COMP/M.1990 *Unilever/Bestfoods*, Decisión de la Comisión Europea de 28 de septiembre de 2000; y Caso COMP/M.1802 *Unilever/Amora-Maille*, Decisión de la Comisión Europea de 8 de marzo de 2000.

- (39) Las partes consideran que la distinción entre mercado mayorista MDF y mercado mayorista MDD resulta artificial ya que también en los mercados de PP congelados, existe una intensa competencia entre la MDD y la MDF.
- (40) No obstante, reconocen que en la mayoría de las decisiones de la CNC y CNMC, se han distinguido estos mercados y que de acuerdo con los precedentes, la distinción entre MDD y MDF en el nivel mayorista no contradice el hecho de que los productos MDD y los de MDF pertenecen al mismo mercado en el nivel minorista, habida cuenta de la tendencia de los clientes para pasar de un grupo de productos a otro.

Conclusión

- (41) Por todo lo anterior, se analizarán a continuación los siguientes mercados de producto en los que las partes tienen una cuota superior al 10%¹⁴: canal alimentación: mercado mayorista MDF y minorista de PP congelados de carne, de vegetales, de pasta y arroz, de cremas y sopas, masas congeladas (hojaldre y pasta quebrada), verduras congeladas (donde sólo está presente FINDUS) así como los mercados más estrechos de croquetas y empanadillas.

IV.2. Mercado geográfico

- (42) Como en otros productos del sector de la alimentación, el mercado geográfico considerado es el nacional debido a la existencia de distintos hábitos de consumo entre los Estados Miembros y a que los canales de venta, distribución y logística, así como las distintas marcas y contratos de venta son, por lo general, de ámbito nacional.
- (43) No obstante, las partes entienden que el mercado de los alimentos congelados podría tener un ámbito mayor que el nacional ya que varios de los fabricantes de alimentos congelados localizados en España han incrementado su volumen de exportaciones.
- (44) En todo caso, atendiendo a los precedentes nacionales y comunitarios mencionados, el análisis de la operación se basará en el ámbito nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Estructura de la oferta

- (45) Se trata de un sector con un elevado número de operadores tales como Ultracongelados Virto, S.A, (con un nivel de producción en 2012 estimado por Alimarket de 66.000 toneladas), Audens Solutions, S.A. (con un nivel de producción en 2012 estimado por Alimarket de 44.570 toneladas), Congalsa, S.L. (producción estimada en 2012 de 27.400 toneladas), Gedesco, S.A. (Grupo

¹⁴ Los activos NESTLÉ están presentes también en churros (cuota alrededor del [0-10]% MDF+MDD). FINDUS no está presente en estos productos sino en pizzas congeladas ya terminadas con cuotas [0-10]% tanto en el mercado minorista como en el mayorista MDF. FINDUS cuenta con cuotas inferiores al [0-10]% en pescados y mariscos congelados.

Maheso) (producción estimada en 2012 de 27.000 toneladas), Osi Food Solutions Spain, S.L. (producción estimada en 2012 de 26.000 toneladas)

- (46) El notificante indica que el consumo per cápita de comida congelada en España es relativamente bajo en comparación con otros países del entorno (14º de 17 en términos de valor y 11º en términos de volumen de los grandes países europeos).
- (47) También señala que las MDD ostentan una posición muy significativa (con una cuota de mercado media del 54%, superando más del 70% en algunos de los mercados de producto).
- (48) El notificante indica que existe una elevada sobrecapacidad en el sector, FINDUS [...] ¹⁵ y en el caso de los activos NESTLÉ, el porcentaje de utilización en 2014 fue del [...] %.
- (49) A continuación se detallan las cuotas de las partes y de sus principales competidores en los mercados de producto en los que las partes tienen una cuota superior al 10% ¹⁶:

Mercado mayorista MDF PP congelados (Cuota % valor)				
2013	Base carne	Base vegetales	Base Pasta/arroz	Sopas y cremas congeladas ¹⁷
FINDUS	[0-10]	[20-30]	[0-10]	[10-20]
LA COCINERA	[20-30]	[0-10]	[20-30]	[80-90]
Cuota conjunta	[20-30]	[30-40]	[30-40]	[90-100]
MAHESO	[20-30]	[10-20]	[10-20]	-
AUDEN (Preli)	[10-20]	[10-20]	[30-40]	-
Otras marcas	[30-40]	[30-40]	[20-30]	[0-10]
TOTAL	100	100	100	100

Fuente: Notificación

Mercado minorista PP congelados (Cuota % valor)				
2013	Base carne	Base vegetales	Base Pasta/arroz	Sopas y cremas congeladas
FINDUS	[0-10]	[10-20]	[0-10]	[0-10]
LA COCINERA	[10-20]	[0-10]	[10-20]	[60-70]
Cuota conjunta	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[70-80]
MAHESO	[10-20]	[0-10]	[0-10]	-

¹⁵ [...].

¹⁶ Según la categorización realizada por KANTAR, la cuota conjunta en los mercados mayoristas MDF de gratinados es del [30-40]%, de resto platos preparados [10-20]%, de carnes empanadas [10-20]% y de salteados [30-40]%. En los mercados minoristas, la cuota conjunta en gratinados es del [20-30]%, resto platos preparados [10-20]%, carnes empanadas, [10-20]% y salteados [10-20]%.
¹⁷ de incluirse las cremas y sopas a temperatura ambiente, la cuota conjunta en 2013 en valor baja al [0-10]% (adición [0-10]%) en el mercado mayorista MDF y al [0-10]% (adición [0-10]%) en el mercado minorista.

AUDEN (Preli)	[10-20]	[0-10]	[10-20]	-
MDD	[30-40]	[60-70]	[50-60]	[20-30]
Otras marcas	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[0-10]
TOTAL	100	100	100	100

Fuente: Notificación

Mercado mayorista MDF de masas pizza congelada (Cuotas % valor)- 2013	
LA COCINERA	[20-30]
Otros fabricantes*	[70-80]
TOTAL	100

Fuente: Notificación *Incluye la cuota de FINDUS- 0,45%

Mercado minorista de masas pizza congelada (Cuotas % valor)- 2013	
LA COCINERA	[10-20]
Otros fabricantes	[40-50]
MDD	[30-40]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

Mercado mayorista MDF de masas congeladas (hojaldre y pasta quebrada) (Cuotas % valor)- 2013	
LA COCINERA	[30-40]
Otros fabricantes	[60-70]
TOTAL	100

Fuente: Notificación- FINDUS no produce masas congeladas.

Mercado minorista de masas congeladas (hojaldre y pasta quebrada) (Cuotas % valor)- 2013	
LA COCINERA	[10-20]
MDD	[60-70]
Otros fabricantes	[20-30]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

Mercado mayorista MDF de croquetas congeladas (Cuotas % valor)- 2013	
FINDUS	[0-10]
LA COCINERA	[20-30]
Cuota conjunta	[20-30]
MAHESO	[0-10]
AUDEN (Preli)	[40-50]
Otras marcas	[20-30]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

Mercado minorista de croquetas congeladas (Cuotas % valor)- 2013	
FINDUS	[0-10]
LA COCINERA	[10-20]
Cuota conjunta	[10-20]
MAHESO	[0-10]
AUDEN (Preli)	[20-30]
MDD	[20-30]
Otras marcas	[10-20]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

Mercado mayorista MDF de empanadillas congeladas (Cuotas % valor)- 2013	
FINDUS	-
LA COCINERA	[30-40]
Cuota conjunta	[30-40]
MAHESO	[0-10]
AUDEN (Preli)	-
Otras marcas	[60-70]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

Mercado minorista de empanadillas congeladas (Cuotas % valor)- 2013	
FINDUS	-
LA COCINERA	[10-20]
Cuota conjunta	[10-20]
MAHESO	[0-10]
AUDEN (Preli)	-
MDD	[60-70]

Otras marcas	[20-30]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

Mercado mayorista MDF de verduras congeladas (Cuotas % valor)- 2013	
FINDUS	[80-90]
Otras marcas	[10-20]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

Mercado minorista de verduras congeladas (Cuotas % valor)- 2013	
FINDUS	[10-20]
MDD	[70-80]
Otras marcas	[0-10]
TOTAL	100

Fuente: Notificación

VI.2. Estructura de la demanda, distribución y precios

- (50) La demanda está principalmente compuesta por grandes cadenas de distribución, que disponen de un elevado poder de negociación, dado que concentran grandes volúmenes de compra. Los distribuidores de menor tamaño también forman grupos de compra que aglutinan una capacidad de compra significativa, es el caso de Euromadi Ibérica y el Grupo Ifa.
- (51) En España, resulta significativo que en el pasado año, en el mercado de alimentos congelados, el [50-60]% de las compras en valor y el [60-70]% en volumen se efectuaron por tan solo cuatro cadenas: [...].
- (52) Asimismo, en el segmento de PP congelados, estas mismas cadenas aglutinaban aproximadamente el [60-70]% de la capacidad de compra en volumen y del [60-70]% en valor.
- (53) Dependiendo de los servicios logísticos requeridos, FINDUS vende directamente a grandes distribuidores minoristas y a mayoristas que suministran sus productos a pequeños minoristas, incluidas pequeñas tiendas de proximidad.

VI.3. Barreras de entrada y competencia potencial

- (54) Las partes indican que no tienen constancia de barreras de entrada significativas para la fabricación de PP congelados. Únicamente se requiere una determinada inversión de capital a los efectos de desarrollar las instalaciones de producción necesarias y el *know how* necesario. Se trata, en todo caso, de tecnología común fácilmente disponible en el mercado. Prueba de ello es la existencia de aproximadamente treinta fábricas en España dedicadas a la producción de PP congelados. En todo caso, debido al exceso de capacidad disponible, se puede igualmente operar en el mercado sin instalación fabril ([...]), llegando a acuerdos de fabricación con distintos operadores.

- (55) La notificante señala que ,en general, no existe fidelidad de marca en los PP congelados y existen múltiples sustitutivos, motivo por el cual la relación calidad - precio es básica para retener a la clientela. Los costes de cambio son nulos por lo que se refiere al consumidor final y tampoco son relevantes para las grandes superficies, que pueden cambiar de proveedor o incluso prescindir de ellos en cualquier momento. Aunque se intentan introducir nuevos formatos y variedades orientadas a lograr la diferenciación, no puede considerarse un factor de peso a la hora de elegir los productos. El elemento que soporta a elección del consumidor es fundamentalmente el precio, de ahí el enorme crecimiento de la marca blanca.
- (56) Las actividades I+D no suele desempeñar un papel importante en el sector de los alimentos congelados. Aunque los operadores intentan satisfacer la demanda de los clientes en términos de sabor y preferencias, los elementos principales son el ingrediente, el proceso industrial y la obtención de economías de escala.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (57) La operación consiste en la adquisición por parte de FINDUS SVERIGE AB (FINDUS) del control exclusivo sobre determinados activos pertenecientes al negocio de alimentos refrigerados y congelados de NESTLÉ ESPAÑA S.A.U. (NESTLÉ), comercializados bajo las marcas “La Cocinera” y “Fricongel”.
- (58) La operación afecta a los platos preparados congelados (PP congelados) en España, actividad en la que solapan las partes y que comprende una amplia variedad de diferentes productos que pueden agruparse en varios mercados separados.
- (59) La operación supone un solapamiento poco significativo entre las partes ya que las actividades de ambos son complementarias. FINDUS es un fabricante fundamentalmente activo en verduras congeladas mientras que en PP congelados su presencia es poco importante, al contrario que los activos NESTLE.
- (60) Las cuotas resultantes más elevadas de la operación se dan en los mercados mayoristas MDF de empanadillas congeladas con un [30-40]%, en PP congelados pasta y arroz con una cuota del [30-40]% en PP congelados vegetales con una cuota del [30-40]%, del [30-40]% en masas congeladas (sin adición) y en sopas y cremas congeladas con un [90-100]% si bien la cuota sería inferior al 10% de incluirse las sopas y cremas a temperatura ambiente que compiten plenamente con las congeladas. No obstante, las cuotas en el mercado minorista bajan notablemente por la elevada competencia de las MDD.
- (61) A pesar de la complementariedad de las partes, no es previsible que la operación resulte en un efecto cartera negativo para la competencia ya que el resto de competidores también ofrece una amplia gama de PP congelados, la posición de la entidad resultante no es especialmente relevante en la mayor parte de los productos además del elevado poder de compra del distribuidor.
- (62) La elevada presencia de la MDD en el sector de PP congelados apunta a que no existe gran fidelidad a la marca por parte del consumidor además de que el precio es el elemento esencial de la compra.

- (63) Existen varios competidores de las partes con capacidad financiera y experiencia encuentran activos en el mercado de los alimentos congelados: Maheso, Ultracongelados Virto, Oetker, Congalsa, Audens Food y otros.
- (64) Asimismo, el notificante indica que existe una elevada sobrecapacidad en el sector, [...] y en el caso de los activos NESTLÉ, el porcentaje de utilización en 2014 fue del [...] %.
- (65) La demanda de PP congelados se halla muy concentrada y las cadenas de distribución cuentan con un elevado poder de negociación que contribuye a contrarrestar el poder del fabricante.
- (66) Por último, las barreras a la entrada a este sector no son relevantes.

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**.

VIII. 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.