

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C-0638/15 SCHREIBER/SENOBLE IBÉRICA**

---

### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 17 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 SCHREIBER EUROPE, S.L. (SCHREIBER) a Senoble International del 100% del capital social de SENOBLE IBÉRICA, S.L. en España y sus participadas: (i) Senoble Central Europe, S.R.O. (Eslovaquia) y (ii) Senoble Ibérica S.L. (Portugal), así como de la marca "Zvolenski" en Eslovaquia.
- (2) Dicha notificación fue realizada por SCHREIBER 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 **17 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 y Portugal.

### III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (10) La operación consiste en la adquisición por SCHREIBER EUROPE, S.L. a Senoble International, del 100% del capital social de SENOBLE IBÉRICA, S.L. en España y sus participadas: (i) Senoble Central Europe, S.R.O. (Eslovaquia) y (ii) Senoble Ibérica S.L. (Portugal), así como de la marca "Zvolenski" en Eslovaquia.
- (11) Los términos de la operación se recogen en un Contrato de Compraventa firmado por las partes en fecha de [...]¹.

### IV. EMPRESAS PARTICIPES

#### IV.1. SCHREIBER EUROPE, S.L. (SCHREIBER)

- (12) SCHREIBER es una multinacional especializada en la fabricación de productos lácteos bajo marca de terceros, tanto para restaurantes como para la distribución. Sus instalaciones de producción y distribución se hallan, en su mayoría, fuera de Europa (en Brasil, India, México, EEUU y Uruguay). En Europa, dispone de plantas en Alemania, Austria, Bulgaria, España, Portugal y la República Checa.
- (13) SCHREIBER se dedica, principalmente, a la fabricación de (i) queso procesado fundido; (ii) queso natural; (iii) especialidades (queso en crema y quesos gourmet); y (iv) productos lácteos fermentados.
- (14) SCHREIBER comercializa en la España peninsular queso fundido bajo marcas de terceros fabricándolos en Alemania y Austria.
- (15) Tras la adquisición por SCHREIBER en 2014 del negocio de productos lácteos en las Islas Canarias propiedad de Industrias Lácteas de Canarias, S.A², además de vender queso fundido con marca de terceros, también fabrica yogures para DANONE con marca del fabricante (MDF) y para Mercadona (MDD) en su planta en Santa Cruz de Tenerife. SCHREIBER no comercializa ningún producto MDF.
- (16) SCHREIBER también lleva a cabo actividades de aprovisionamiento de leche de vaca en las Islas Canarias.
- (17) El volumen de negocios de SCHREIBER 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 SCHREIBER 2013 (millones de Euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2500]	[>250]	[<60]

Fuente: Notificación

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

² Operación autorizada por la CNMC- Expediente C/0574/14

## IV.2. SENOBLE IBÉRICA, S.L. y filiales (SENOBLE IBÉRICA)

- (18) SENOBLE IBÉRICA se dedica a la fabricación y venta de yogures, postres lácteos y queso fresco. Casi [90-100%] de sus ventas en España<sup>3</sup> en 2014 fueron para Mercadona (MDD).
- (19) Cuenta con dos plantas de producción en Noblejas y Talavera de la Reina, esta última desde 2014. La mayor parte de sus ventas procedieron de estas fábricas en España y el resto de otras fábricas del Grupo SENOBLE en Eslovaquia (adquirida por SCHREIBER), Francia y Reino Unido.
- (20) SENOBLE IBÉRICA se aprovisiona de leche cruda de productores situados en diversas Comunidades Autónomas (Aragón, Castilla-La Mancha, Galicia, Madrid y Navarra) para su producción en Toledo.
- (21) El volumen de negocios de SENOBLE IBÉRICA 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 SENOBLE IBÉRICA 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 productos lácteos y en particular, aprovisionamiento de leche cruda, y fabricación de yogures, postres lácteos y queso, actividades donde están presentes las partes<sup>4</sup>.
- (23) Según los precedentes nacionales y comunitarios<sup>5</sup>, el mercado de los productos lácteos es un mercado diferente del mercado de la leche. Asimismo, dentro del mercado de los productos lácteos se han considerado los siguientes segmentos como mercados claramente separados y diferentes: i) mercado de yogures, ii) mercado de postres lácteos, iii) mercado de quesos; iv) mercado de natas y v) mercado de leches aromatizadas con sabor a chocolate o frutas.
- (24) Además, en los precedentes<sup>6</sup>, el mercado del queso se subdividió a su vez en (i) queso prensado natural (incluyendo tierno, semi-curado o curado) el cual se vende en formato redondo o en cuñas; (ii) queso procesado o fundido, que se vende en lonchas, porciones o como queso rallado; y (iii) queso fresco/crema o

<sup>3</sup> Menos del [0-10%] de su facturación total tuvieron como destino [...] en España.

<sup>4</sup> La empresa adquirente SCHREIBER también vendió en la España peninsular en 2014 nata fresca y leche que no alcanzaron el [0-10%] de cuota de mercado, como excedente de materias primas para sus productos lácteos. En cuanto a queso, SCHREIBER comercializa queso fundido y la adquirida queso fresco. Dado que la cuota en queso fundido de la adquirente es inferior a [0-10%] no es preciso analizar este mercado.

<sup>5</sup> Caso COMP/M. 4344 Lactalis / Nestlé, COMP/M.5046 Friesland Foods/Campina ; COMP/M.5875 Lactalis/Puleva Dairy COMP/M.6242 – Lactalis/Parmalat ; N-04036 JWChilds/Sundor/Euro-Juice; N-50/99 Puleva/Granja Castelló, C-41/99 PULEVA; C-0314/10 Orangina Schweppes/Sunny; C-0574/14 SCHREIBER/IND.LÁCTEAS CANARIAS

<sup>6</sup> C-0217/10, LACTALIS/FORLASA

untable, vendido en tarrinas y algunos de los cuales se usan como queso para untar.

- (25) El queso fundido se ha considerado un mercado independiente ya que, a diferencia de otros tipos de queso, no está elaborado directamente a partir de la leche, sino del procesado de otros quesos, especialmente el queso semiduro, y por ello es posible que incluya también otros ingredientes, como nata, sabores, etc. y también tiene un periodo de conservación más largo que otros tipos de queso.
- (26) Igualmente, el queso fresco (o crema, o untable) se ha considerado, en el mismo sentido, como un mercado independiente, por cuanto se somete a un proceso de pasteurización del que se obtiene un queso suave semi-sólido que se distingue de otros tipos de queso, como el procesado o fundido o el prensado natural. También diferencia a este tipo de queso su empaquetado. Normalmente se vende en tarrinas y puede ser usado, en algunos casos, como queso para untar.
- (27) Adicionalmente, estos mercados se han segmentado atendiendo el tipo de cliente al que se venden estos productos<sup>7</sup>: (i) HORECA (sector hotelero, restauración y catering); y (ii) Canal "alimentación" (hipermercados, supermercados, tiendas, etc.).
- (28) El canal "alimentación" puede segmentarse, a su vez, en función del destino final de los productos en dos submercados: (i) El mercado minorista, de venta a consumidores finales, que incluiría tanto los productos de marca de fabricante (MDF) como los productos de marca del distribuidor (MDD), y (ii) Los mercados mayoristas, de producción y venta a grandes superficies, para su comercialización, bien bajo MDD o bien bajo MDF.
- (29) Ambas partes de la operación también llevan a cabo actividades de aprovisionamiento de leche cruda. En los precedentes nacionales<sup>8</sup>, se definió el mercado de la recogida de leche de vaca como un mercado separado del que podrían distinguirse otros tipos de recogida de leche cruda (cabra y oveja). En este mismo sentido se ha pronunciado la Comisión Europea en el asunto COMP/M.5046 - Friesland Food/Campina, donde consideró la existencia de un mercado de recogida de leche cruda de vaca. Igualmente, estos precedentes han venido considerando esta actividad de carácter regional debido a su carácter altamente perecedero.
- (30) Teniendo en cuenta que la presencia de ambas partes en el mercado de aprovisionamiento de leche cruda es poco relevante<sup>9</sup> y que no hay solapamiento geográfico entre las partes, no se analizará este mercado.

---

<sup>7</sup> C-0483/12 Nutrexp/Artiach

<sup>8</sup> Casos C-50/99 - Puleva/Granja Castello, C-41/99 - Puleva/Agroinvest Lácteas y C-217/10 LACTALIS/FORLASA.

<sup>9</sup> SCHREIBER tiene una cuota del [10-20]% en 2014 en Canarias y SENOBLE IBÉRICA una cuota [0-10]% en todas las CC.AA. donde se aprovisiona (Aragón, Castilla-La Mancha, Galicia, Madrid y Navarra).

- (31) En consecuencia, en atención a las actividades de la empresa adquirida SENOBLE IBÉRICA, se analizarán los mercados mayoristas MDD y minoristas de yogures, postres lácteos y queso fresco.

## **V.2. Mercado geográfico**

- (32) Como en otros productos del sector de la alimentación, el mercado geográfico tradicionalmente considerado ha sido el nacional debido a la existencia de distintos hábitos de consumo entre los EE.MM. 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.
- (33) En anteriores decisiones nacionales<sup>10</sup> en mercados de productos alimenticios fabricados en el territorio de las Islas Canarias, se concluyó que esta región debía ser considerada como un mercado geográfico separado, debido a sus especificidades de ámbito geográfico, fiscal y administrativo<sup>11</sup>.
- (34) Sin embargo, respecto a las MDD, el notificante indica que una parte relevante de los yogures y postres lácteos MDD vendidos en Canarias se produce, en la actualidad, en la España peninsular, o incluso en otros países de la UE. De hecho, el notificante indica que SENOBLE IBÉRICA no fabrica en Canarias los productos MDD que suministra a Mercadona sino que proceden de Toledo, Eslovaquia, Francia y Reino Unido<sup>12</sup>.
- (35) No obstante, no es preciso cerrar la definición geográfica del mercado ya que bien si se considera el mercado español o bien el más estrecho de las Islas Canarias, la valoración de la operación no varía.

## **VI. ANÁLISIS DEL MERCADO**

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

- (36) La adquirente SCHREIBER sólo está activa en los mercados de fabricación y venta mayorista MDD de yogures y quesos en Canarias e indirectamente en el minorista. No está activo en el canal HORECA, ni en el mercado de venta mayorista de yogures y postres lácteos MDF, pues es DANONE quien vende los productos fabricados por SCHREIBER bajo marca Danone en Canarias, al canal HORECA y a las cadenas de supermercados.
- (37) El notificante indica que aproximadamente un [80-90]% de la producción de la fábrica de SCHREIBER en Canarias es suministrada a DANONE con marca "Danone" y el restante [10-20]% es MDD para Mercadona.

---

<sup>10</sup> Decisiones de la Comisión Nacional de la Competencia de 19 de septiembre de 2012, C-0461/12 GRUPO BIMBO/FÁBRICA CATDES y de 31 de julio de 2003, SOS CUÉTARA/ACEICA.

<sup>11</sup> No obstante, en la Resolución del Consejo del caso C-0478/12 DEOLEO/HOJIBLANCA se dejó la definición abierta ya que sólo algunas contestaciones al test de mercado confirmaron la existencia de un mercado separado para las Islas Canarias.

<sup>12</sup> Hasta septiembre de 2014 SENOBLE IBÉRICA contaba solamente con la fábrica de Noblejas que estaba al máximo de su utilización por lo que SENOBLE IBÉRICA se veía obligada a importar de fuera de España.

- (38) Sólo recientemente, desde 2014, ha comenzado SCHREIBER a suministrar productos MDD para el distribuidor Mercadona. SCHREIBER no será el único inter-proveedor de yogures y de postres lácteos de Mercadona en Canarias. Otros productores, como [...] también suministran a Mercadona yogures y postres lácteos MDD.
- (39) Una parte relevante de los yogures y postres lácteos MDD de las cadenas de supermercados activas en Canarias (como Mercadona, Carrefour, Aldi, Lidl, etc.) se produce, en la actualidad, en la España peninsular, o incluso en otros países de la UE.
- (40) En España existen unos 20 fabricantes de yogures y postres lácteos. En particular, los mayores fabricantes de yogures y postres lácteos para MDD con plantas en España son: (i) LACTALIS-NESTLÉ (que también dispone de fábricas en Francia), (ii) NOVANDIE/ANDROS (que también dispone de fábricas en Francia), y (iii) Kaiku (pertenece al Grupo EMMI, el cual también dispone de fábricas en Suiza).
- (41) Fabricantes europeos también suministran yogures y postres lácteos a España tales como MÜLLER (Alemania), NÖM (Austria), BERGLANDMILCH (Austria) y otros.
- (42) En cuanto a MDF existen también muchos operadores que venden en el mercado minorista en España tales como CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, REINA, KALISE, DANONE y NESTLÉ.
- (43) La capacidad de producción total en las Islas Canarias de yogures y postres lácteos fue en el último año de [...] toneladas correspondiendo a las fábricas de SCHREIBER [...] toneladas con un [35-45]% de utilización, a CELGAN [...] y a KALISE [...] con un [25-35]% de utilización cada una. El tercer competidor relevante en Canarias es LACTALIS-NESTLÉ con tres fábricas en la península y con un excedente de capacidad del [25-35]%.
- (44) El negocio objeto de adquisición cuenta con fábricas de productos lácteos en Noblejas y Talavera de la Reina (ambas en Toledo). La fábrica de Noblejas, inaugurada hace 12 años, cuenta con una tasa de producción del [85-95]%. La fábrica de Talavera de la Reina empezó a operar en septiembre de 2014. Cuenta con una tasa de producción del [10-20]%.
- (45) A continuación se detallan las cuotas de las partes y de sus principales competidores en España en los mercados mayoristas MDD y minoristas de yogures, postres lácteos y queso fresco:

Mercado mayorista de yogures MDD en España en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	[0-10]
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[50-60]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[50-60]</b>
LACTALIS-NESTLÉ	[10-20]
ANDROS	[0-10]
OTROS	[20-30]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

Mercado minorista de yogures en España en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	[0-10]
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[20-30]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[20-30]</b>
DANONE	[50-60]
LACTALIS-NESTLÉ	[10-20]
ANDROS	[0-10]
CAPSA	[0-10]
OTROS	[0-10]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

Mercado mayorista de postres lácteos MDD en España en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[30-40]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[30-40]</b>
REINA	[10-20]
LACTALIS-NESTLÉ	[0-10]
OTROS	[30-40]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

Mercado minorista de postres lácteos en España en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[10-20]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[10-20]</b>
DANONE	[20-30]
LACTALIS-NESTLÉ	[20-30]
OTROS	[0-10]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

Mercado mayorista de queso fresco MDD en España en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[30-40]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[30-40]</b>
LACTALIS-NESTLÉ	[10-20]
ENTREPINARES	[0-10]
OTROS	[50-60]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

Mercado minorista de queso fresco en España en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[10-20]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[10-20]</b>
ARIAS	[10-20]
VEGA E HIJOS	[0-10]
ANGULO	[0-10]
OTROS	[50-60]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

(46) A continuación se detallan las cuotas de las partes y de sus principales competidores en las Islas Canarias en los mercados mayoristas MDD y minoristas de yogures y postres lácteos en los tres últimos años:

Mercado mayorista de yogures MDD en Canarias (cuotas %-valor)			
	2012	2013	2014
<b>SCHREIBER</b>	-	-	2
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[50-60]	[50-60]	[50-60]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[50-60]</b>	<b>[50-60]</b>	<b>[50-60]</b>
KALISE	[0-10]	[0-10]	[0-10]
CELGÁN	[10-20]	[10-20]	[10-20]
LACTALIS-NESTLÉ	[10-20]	[10-20]	[10-20]
OTROS	[10-20]	[10-20]	[10-20]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Notificante

Mercado minorista de yogures en Canarias (cuotas %-valor)			
	2012	2013	2014
<b>SCHREIBER</b>	-	-	[0-10]
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[10-20]	[10-20]	[10-20]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-20]</b>
DANONE*	[40-50]	[40-50]	[40-50]
KALISE	[10-20]	[10-20]	[10-20]
CELGÁN	]0-10]	]0-10]	]0-10]
LACTALIS-NESTLÉ	]0-10]	]0-10]	]0-10]
OTROS	]0-10]	]0-20]	]0-10]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Notificante. \*Como se ha indicado, los productos comercializados por DANONE en Canarias son fabricados por SCHREIBER desde 2014.

Mercado mayorista de postres lácteos MDD en Canarias (cuotas %-valor)			
	2012	2013	2014
<b>SCHREIBER</b>	-	-	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[60-70]	[60-70]	[60-70]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[60-70]</b>	<b>[60-70]</b>	<b>[60-70]</b>
KALISE	[0-10]	[0-10]	[0-10]
LACTALIS-NESTLÉ	[10-20]	[10-20]	[10-20]
OTROS	[10-20]	[10-20]	[10-20]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Notificante

Mercado minorista de postres lácteos en Canarias (cuotas %-valor)			
	2012	2013	2014
<b>SCHREIBER</b>	-	-	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[10-20]	[10-20]	[10-20]
<b>Cuota conjunta</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-20]</b>
DANONE*	[40-50]	[40-50]	[40-50]
KALISE	[10-20]	[10-20]	[10-20]
CELGÁN	[0-10]	[0-10]	[0-10]
LACTALIS-NESTLÉ	[0-10]	[0-10]	[0-10]
REINA	[10-20]	[10-20]	[10-20]
OTROS	[0-10]	[0-10]	[0-10]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Notificante. \*Como se ha indicado, los productos comercializados por DANONE en Canarias son fabricados por SCHREIBER desde 2014.

A continuación se detallan las cuotas de las partes y de sus competidores en queso fresco en Canarias. Las partes no han facilitado las cuotas en queso fresco para 2012 y 2013:

Mercado mayorista de queso fresco MDD en Canarias en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[30-40]
<b>Cuota conjunta</b>	[30-40]
LACTALIS-NESTLÉ	[0-10]
ENTREPINARES	[0-10]
OTROS	[40-50]
<b>TOTAL</b>	100

Fuente: Notificante

Mercado minorista de queso fresco en Canarias en 2014 (cuotas %-valor)	
<b>SCHREIBER</b>	-
<b>SENOBLE IBÉRICA</b>	[10-20]
<b>Cuota conjunta</b>	[10-20]
ARIAS	[10-20]
VEGA E HIJOS	[0-10]
ANGULO	[0-10]
OTROS	[50-60]
<b>TOTAL</b>	100

Fuente: Notificante

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

- (47) 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. Además, disfrutan de amplias posibilidades de elección de suministradores alternativos tanto dentro como fuera del territorio nacional.
- (48) El notificante indica que el mercado se encuentra en una fase de madurez, de hecho el consumo ha disminuido cerca de un [10-20]% desde 2011<sup>13</sup>, sobre todo en el caso de los yogures que representan alrededor del [75-85]% del consumo de productos lácteos.
- (49) De acuerdo con la notificante, en estos mercados el precio constituye uno de los principales factores de competencia ya que no existe mucha fidelidad por parte del consumidor. Ello se ha agudizado durante la crisis económica y especialmente gracias al éxito de las MDD, por lo que la mayor parte de los proveedores de yogures han tenido que mantener a sus clientes mediante promociones/ofertas y/o lanzar nuevas líneas de producto más económicas, como la marca Gervais, de DANONE.
- (50) El coste de cambio de proveedor no es elevado en estos mercados para empresas de elevada fortaleza económica como DANONE o Mercadona. [...]

<sup>13</sup> Datos de la revista Alimarket facilitados por el notificante

- (51) En lo que se refiere a la relación de suministro entre SCHREIBER y DANONE, éste dispone de sus propios activos de producción en España y Francia y por toda la UE. [...] <sup>14</sup>.

### **VI.3. Barreras de entrada y competencia potencial**

- (52) No existen barreras de entrada significativas de carácter legal o económico de acceso al mercado de los yogures y postres lácteos. La fabricación de estos productos no requiere una inversión desproporcionadamente costosa, ni exige la posesión de conocimientos sobre producción protegidos por patentes. Tampoco existen barreras de entrada que impidan el acceso al mercado de otros operadores con presencia en otros ámbitos geográficos del territorio europeo.
- (53) Las únicas limitaciones de acceso al mercado canario son los costes logísticos y de transporte. No obstante, no son determinantes, como prueba el hecho de que buena parte de los yogures que se venden en Canarias se produzcan en la España peninsular, e incluso en otros países europeos.
- (54) Como se ha mencionado, la fidelidad a la marca en estos mercados no es elevada, existen múltiples sustitutivos y la relación calidad precio es fundamental para retener a la clientela.
- (55) La notificante señala que no se aprecian tampoco ventajas significativas derivadas de disponer de una amplia gama de productos. Existen multitud de fabricantes de mediano tamaño con gamas reducidas que tiene fácil acceso a los distribuidores.

## **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (56) La operación consiste en la adquisición por SCHREIBER EUROPE, S.L. a Senoble International, del 100% del capital social de SENOBLE IBÉRICA, S.L. en España y sus participadas: (i) Senoble Central Europe, S.R.O. (Eslovaquia) y (ii) Senoble Ibérica S.L. (Portugal), así como de la marca "Zvolenski" en Eslovaquia.
- (57) Los mercados afectados por la operación son los mercados mayoristas MDD y minoristas de yogures, postres lácteos, y queso fresco, además del mercado ascendente de aprovisionamiento de leche cruda.
- (58) La operación resulta en un solapamiento horizontal en el mercado mayorista MDD y minorista de yogures en Canarias, si bien la presencia del adquirente SCHREIBER es poco significativa, del [0-10]% en el mercado mayorista MDD e inferior al [0-10]% en el minorista.
- (59) La operación supone la sustitución por SCHREIBER de la importante posición de SENOBLE IBERICA, con cuotas del [50-60]% en el mercado mayorista MDD en España y en Canarias de yogures. En postres lácteos, las cuotas que adquiere

---

<sup>14</sup> En el marco de la operación C-574/14 SCHREIBER/IND.LÁCTEAS CANARIAS, las partes firmaron un contrato de suministro [...].

- son del [30-40]% en el mercado mayorista MDD en España y del [60-70]% en Canarias. En queso fresco, la cuota adquirida de SENOBLE IBÉRICA es del [30-40]% en España y del [30-40]% en Canarias en el mercado mayorista MDD.
- (60) SCHREIBER cuenta con la mayor parte ([50-60]%) de la capacidad de producción total en las Islas Canarias seguido por KALISE ([20-30]%) y CELGÁN ([20-30]%). No obstante, no es necesario contar con capacidad de producción en las Islas Canarias ya que SENOBLE con altas cuotas de mercado en Canarias sólo tiene fábricas en la península.
  - (61) Además, existe capacidad excedentaria en las Islas Canarias, entre el 60-70% de la capacidad de producción no se utiliza.
  - (62) [90-100%] de las ventas realizadas por SENOBLE IBÉRICA tienen un único cliente, Mercadona, [...]. No obstante, también [...] y [...] son proveedores de Mercadona en Canarias.
  - (63) Además, la demanda cuenta con amplias alternativas de suministro. En España existen unos 20 fabricantes de yogures y postres lácteos. En particular, los mayores fabricantes de yogures y postres lácteos para MDD con plantas en España son: (i) LACTALIS-NESTLÉ (que, también dispone de fábricas en Francia), (ii) NOVANDIE/ANDROS (que, también dispone de fábricas en Francia), y (iii) KAIKU (pertenece al Grupo EMMI, el cual también dispone de fábricas en Suiza).
  - (64) No existen barreras significativas al acceso de nuevos entrantes en estos mercados ya que la fabricación de yogures y postres lácteos no requiere de grandes inversiones, ni exige especiales conocimientos de producción protegidos por patentes, además de que la fidelidad a la marca no es elevada.

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.