



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-07073

SYNGENTA AGROSERVICES / ZERAIM

Con fecha 10 de julio de 2007 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición del control exclusivo de ZERAIM GEDERA LTD. (en adelante ZERAIM) por parte de SYNGENTA AGROSERVICES ASIA AG (en adelante SYNGENTA), mediante la adquisición de la totalidad de su capital social.

Dicha notificación ha sido realizada por SYNGENTA según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 a). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **10 de agosto de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de ZERAIM por parte de SYNGENTA, mediante la adquisición de la totalidad de su capital social.

La operación se articula en un Acuerdo de Compraventa de Acciones firmado por SYNGENTA y varios fondos de inversión privados gestionados por MARKSTONE CAPITAL GROUP¹, con fecha 8 de julio de 2007.

¹ Markstone Capital Partners L.P., Markstone Capital Partners (Israel) L.P., Markstone Capital Partners (Israel Parallel) L.P. y Markstone Capital Partners (Israel Parallel 2) L.P., que actúan como vendedores.



Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización por parte de las autoridades de competencia de España. Asimismo, la operación ha sido notificada en Alemania y lo será próximamente Brasil².

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1 Pacto de no captación

El Acuerdo de Compraventa incluye en su Cláusula 13.12 una prohibición de captación de directivos por parte de los vendedores, durante un período de [inferior a 3 años] a partir de la fecha de cierre.

II.2 Valoración

El apartado 5 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

Teniendo en cuenta 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 el contenido y la duración de [inferior a 3 años] de la cláusulas de no captación no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

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 alcanzar los umbrales establecidos en el Artículo 1 del mismo.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1.a) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. SYNGENTA AGROSERVICIOS ASIA AG (“SYNGENTA”)

SYNGENTA es una sociedad suiza, cebecera de un grupo multinacional de empresas activas en el sector agroquímico, y más concretamente en los productos fitosanitarios y en las semillas. El grupo nació como resultado de la fusión del negocio de fitosanitarios de NOVARTIS y ASTRAZENECA y el negocio de semillas de NOVARTIS en noviembre de 2000³.

Las actividades del grupo se organizan en tres áreas: fitosanitaria, productos profesionales y semillas. Por lo que respecta a la venta de semillas en España, SYNGENTA vende semillas para cultivos (maíz, girasoles, etc.), verduras y flores. Además, lleva a cabo otro tipo de actividades en España, como la venta de productos fitosanitarios y tratamientos de semillas.

SYNGENTA está participada al 100% por SYNGENTA AG.

² Las autoridades alemanas de competencia han confirmado a las partes que la operación notificada está amparada por la norma *de minimis* vigente en este país.

³ Caso M.1806 *Novartis/AstraZeneca*.



La facturación de SYNGENTA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas GRUPO SYNGENTA (Millones euros)			
	2004	2005	2006
Mundial	>5.000	>5.000	>5.000
Unión Europea	>250	>250	>250
España	>60	>60	>60

Fuente: Notificación

IV.2. ZERAIM GEREDA LTD. (“ZERAIM”)

ZERAIM, con sede social en Israel, se creó en el año 2000 a partir de la escisión de ZERAIM GEREDA SEEDS GROWES, empresa creada en 1952. ZERAIM se dedica a las actividades de procesamiento, empaquetado y distribución de semillas, junto con el desarrollo de productos, laboratorios y tecnología de semillas.

ZERAIM reproduce variedades de verduras y produce y comercializa las semillas de dichas variedades a nivel mundial, estando especializada en seis productos de verduras de alta calidad para cultivadores y consumidores: tomate, pimiento, sandía, pepino, melón y calabacín/calabaza, la mayoría de los cuales se comercializan en España.

Las actividades de procesamiento, empaquetado y distribución de semillas, así como actividades de desarrollo de productos, laboratorios y tecnología de semillas se realizan en la sede de ZERAIM en Gedera (Israel), si bien el grupo cuenta también con instalaciones en España y México, donde se llevan a cabo actividades de venta y desarrollo de productos.

ZERAIM cuenta con filiales en los Países Bajos, España, Reino Unido, Estados Unidos, México y Hong-Kong, así como oficinas en Turquía y Tailandia.

Los accionistas mayoritarios de ZERAIM son varios fondos de inversión privados gestionados por MARKSTONE CAPITAL GROUP, que aplica una estrategia de valor añadido en inversiones en sectores económicos tradicionales de Israel, que controlan el 100% de su capital. El capital de la filial española ZERAIM IBÉRICA pertenece a la filial holandesa GEDERA SEEDS INTERNACIONAL BV.

La facturación de ZERAIM en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas ZERAIM (Millones euros)			
	2004	2005	2006
Mundial	<5.000	<5.000	<5.000
Unión Europea	<250	<250	<250
España	<60	<60	<60

Fuente: Notificación



V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercados de producto

La operación notificada se enmarca en el ámbito de la producción y venta de semillas de frutas y verduras, actividades desarrolladas por ambas partes en España. En concreto, SYNGENTA está activa en España en los mercados de semillas de: pimiento, tomate, sandía, melón, pepino, alubias, brócoli, coliflor, endibia, puerro, lechuga, guisantes, repollo y calabacín, mientras que ZERAIM está activa en el mercado nacional únicamente en los mercados de semillas de pimiento, tomate, sandía, melón y pepino.

Tanto la Comisión Europea como el Servicio de Defensa de la Competencia han considerado en casos precedentes⁴ que, dado que los diferentes tipos de semillas no son sustitutivos entre sí desde el punto de vista del consumidor, las semillas para diferentes cultivos constituyen mercados relevantes diferenciados. Este razonamiento es aplicable también a los cultivos agrícolas, así como a las semillas de verduras⁵.

La industria de semillas comprende dos etapas principales: (i) la reproducción y cultivo de las variedades de semillas, y (ii) la producción y multiplicación de las semillas para su comercialización.

La primera fase comprende los programas de biotecnología y cultivo necesarios para el desarrollo de nuevas variedades de semillas en forma de “semillas parentales” o “de base”. En esta fase, las empresas de semillas (llamadas “entidades mejoradoras”) intentan desarrollar nuevas variedades con características deseables como: bajo coste de cultivo, bajo consumo de agua, alto rendimiento, resistencia a enfermedades y hongos o bajo nivel de impurezas. El material requerido para el desarrollo de nuevas variedades se conoce como “germoplasma”⁶. Los productores de variedades de semillas pueden vender o licenciar este germoplasma o utilizarlo ellos mismos en la siguiente fase. Esta actividad requiere un alto grado de especialización y tiene un elevado coste.

La segunda fase corresponde a la producción de la semilla comercial, lo que requiere a su vez dos procesos. En primer lugar, la semilla parental elaborada por las empresas de semillas (semilla mejorada) pasa, por contrato, a cooperativas y agricultores para su multiplicación en semilla acabada no purificada. A continuación, la semilla se purifica, clasifica, empaqueta e incluso se trata químicamente en la planta elaboradora de la empresa de semillas.

Esta segunda fase requiere una menor especialización y una menor escala de producción mínima eficiente, por lo que puede ser realizada por agentes bajo acuerdos de licencia o contratos con los productores de semillas parentales. Por ello, cabe la posibilidad de identificar un mercado diferenciado constituido por la *multiplicación de semillas*, en el que operan las cooperativas y los agricultores⁷.

⁴ Casos comunitarios: M. 556 *Zeneca/Vanderhave*, M.1512 *DuPont/Pioneer Hi-Bred International*, M.1497 *Novartis/Maisadour*, M.3465 *Syngenta CP/Advanta* y M.3506 *Fox Paine/Advanta*. Expedientes del SDC: N-05011 *Monsanto/Seminis*, N-05020 *Monsanto/Emergent Genetics* y N-06090 *Monsanto/DPL*.

⁵ Expedientes N-03038 *Fox/Sr. Romo/Seminis* y N-05011 *Monsanto/Seminis* del SDC.

⁶ El germoplasma o constitución genética se define como la parte del protoplasma celular de un organismo vivo que tiene capacidad reproductiva o regenerativa, que conforma la base de la herencia y que se transmite de una generación a otra.

⁷ Expediente del SDC N-06090 *Monsanto/DPL*.



Los productores en sentido amplio pueden realizar ambas fases del proceso. Si bien existen cada vez más empresas dedicadas exclusivamente a la biotecnología y otras (como las cooperativas agrarias) dedicadas únicamente a la producción de semillas comerciales, lo cierto es que existe un número significativo de operadores que actúan en ambas fases. Tal es el caso de SYNGENTA y ZERAIM.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta que la empresa de semillas mantiene normalmente la propiedad de las mismas durante todo el proceso de elaboración. Así, aunque la producción de la semilla comercial se realice por agentes distintos de las empresas de semillas a través de acuerdos de subcontratación, éstos no tienen derechos sobre la semilla producida, que sigue el proceso de certificación bajo el control de su propietaria.

En base a todo lo anteriormente expuesto, se observa un alto grado de integración entre todas las actividades mencionadas, por lo que tanto la Comisión como el Servicio han considerado en casos precedentes⁸ que el desarrollo y reproducción de variedades de semillas y la producción y venta de semillas pueden incluirse en general en un mismo mercado de producto relevante, con la excepción de la actividad de multiplicación de semillas, que podría constituir un mercado separado donde los agricultores y cooperativas agrarias están presentes como oferentes.

Adicionalmente, dado que los distintos tipos de semillas no son sustitutivos entre sí, las semillas para distintos cultivos constituyen mercados de producto separados.

Por último, SYNGENTA, al igual que otros competidores importantes como BAYER, MONSANTO, BASF o DUPONT, está activa en el desarrollo, producción y venta de productos para el tratamiento de semillas y la protección de los cultivos (como pesticidas y herbicidas).

En casos precedentes, la Comisión ha considerado que el tratamiento de semillas constituye un mercado de producto separado más que un tipo particular de aplicación de insecticidas y fungicidas⁹. Asimismo, ha considerado que este mercado debería subdividirse en insecticidas y fungicidas, y estos dos subsegmentos dividirse a su vez por tipos de cultivo. No obstante, dado que ZERAIM no está activa en este mercado, el mercado de tratamiento de semillas no se considerará como mercado afectado por la operación notificada.

SYNGENTA detenta cuotas de mercado superiores al 10% en España en los mercados de semillas de: alubias, brócoli/coliflor, endibia, puerro, guisantes y calabacín. No obstante, la adquirida no está activa en nuestro país en estos mercados, por lo que no se considerarán mercados afectados por la operación notificada¹⁰.

En consecuencia, teniendo en cuenta las consideraciones anteriores y las actividades de las partes, se consideran relevantes a los efectos de la operación de concentración notificada los siguientes mercados de producto: *el mercado de producción y venta de semillas de pimiento, el mercado de producción y venta de semillas de tomate, el mercado de producción y venta de semillas de sandía, el mercado de producción y venta de semillas de pepino y el mercado de producción y venta de semillas de melón.*

⁸ Caso M.556 *Zeneca/Vanderhave*; Caso M.1497 *Novartis/Maïsadour*; Caso M. 1512 *DuPont/Pioneer Hi-Bred*, Caso M.3465 *Syngenta CP/Advanta*.

⁹ Caso M.1806 *AstraZeneca/Novartis*, Caso M.2547 *Bayer/Aventis Crop Science*, Caso M.3465 *Syngenta CP/Advanta*.

¹⁰ Cuotas de SYNGENTA en semillas de verduras en España 2006 (en valor): alubias [20-30]%, brócoli/coliflor [10-20]%, endibia [10-20]%, puerro [10-20]%, guisantes [10-20]% y calabacín [10-20]%.



V. 2. Mercado geográfico

Las autoridades nacionales y comunitarias de competencia han considerado en casos precedentes¹¹ que el ámbito geográfico de los mercados de semillas es nacional. Esta circunstancia obedece a que la demanda se orienta hacia semillas adaptadas a las condiciones climatológicas y de suelo de cada país o área regional (resistencia a enfermedades, tratamientos químicos, tamaño, etc). Además, la comercialización de una determinada variedad de semillas en un Estado miembro exige su inclusión en un Catálogo Nacional de Variedades y la superación de distintos tests de control de calidad, cuyos resultados son tomados en consideración por las asociaciones nacionales, que elaboran “listas recomendadas” indicando qué variedades se consideran mejores. Adicionalmente, los precios y condiciones de suministro aplicados a los consumidores finales difieren de unos Estados miembros a otros.

No obstante lo anterior, los relativamente bajos costes de transporte de las semillas, las similitudes climáticas de ciertos países, la inclusión automática en el Catálogo Europeo de Variedades de las semillas admitidas en los catálogos nacionales de los Estados miembros y las elevadas cuotas de importación y exportación de semillas, podrían llevar en el futuro a considerar un mercado geográfico más amplio que el nacional, tal y como han reconocido la Comisión y el Servicio en algunas decisiones¹².

Sin embargo, la Comisión ha considerado que, si bien existen elevados intercambios transfronterizos, aún persisten fuertes indicadores de la dimensión nacional de los mercados como la existencia de listas recomendadas y catálogos en cada Estado miembro y la diferencia en precios. Así pues, en el presente caso se analizarán los efectos de la operación sobre los mercados nacionales de la producción y venta de pimiento, tomate, sandía, pepino y melón, haciendo referencia a los mercados de ámbito europeo.

VI. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VI.1.- Evolución y características

Los mercados de semillas son mercados dinámicos, basados principalmente en la innovación y el desarrollo de nuevas variedades y caracterizados por el bajo grado de fidelidad a la marca. Los nuevos cultivos con un potencial de rendimiento mayor que el de las semillas ya presentes se imponen con rapidez en el mercado.

Según el notificante, la competencia en los mercados de semillas se basa en parte en los precios, pero también en las características del producto, su rendimiento y calidad. Estas características son, por ejemplo, el índice de germinación de las semillas, su rendimiento o producción, resistencia a las enfermedades, gusto, apariencia y duración de los frutos, así como el hecho de si un fruto debe ser recolectado nada más alcanzar su madurez o si puede cosecharse durante un tiempo más largo. Cada empresa de semillas busca constantemente mejorar las variedades existentes y desarrollar nuevas variedades que tengan un rendimiento mejor en uno o más de los criterios antes mencionados. El ciclo de vida de los productos se está acortando constantemente.

¹¹ Caso M.556 *Zeneca/Vanderhave*. Expedientes del SDC: N-040 *Monsanto/Asgrow Semillas*, N-05011 *Monsanto/Seminis*, N-05020 *Monsanto/Emergent Genetics*, N-05032 *Florimond Desprez/Advanta Lambda*, N-06090 *Monsanto/DPL*.

¹² Caso M. 1420 *BASF/Svalöf Weibull*, M.3506 *Fox Paine/Advanta*, N-05011 *Monsanto/Seminis*, N-05020 *Monsanto/Emergent Genetics*, N-06090 *Monsanto/DPL*.

Para los cultivadores profesionales, la marca es poco importante en comparación con la calidad y rendimiento del producto, si bien en otros segmentos una marca conocida todavía tiene importancia. Tanto SYNGENTA como ZERAIM se concentran más en los segmentos de mercado profesional. En estos segmentos, la fidelidad a la marca es baja y el cultivador profesional pasa rápidamente de un producto a otro si considera que este último es superior.

VI.2.- Estructura de la oferta

Debido al dinamismo que caracteriza los mercados de semillas, las cuotas de mercado en cada cultivo pueden variar significativamente en unos pocos años si una empresa ofrece una variedad mejorada.

En el mercado mundial, las empresas líderes en semillas de verduras son: MONSANTO (SEMINIS), LIMAGRAIN/VILMORIN, ISG y SYNGENTA, que ocupa el tercer puesto en este mercado.

En Europa, las cuotas de mercado de las partes y su cuota combinada en los cinco mercados de semillas afectados para el año 2006 son las que aparecen a continuación:

Cuotas de mercado a nivel europeo 2006 (%)						
Semillas	SYNGENTA		ZERAIM		SYNGENTA+ZERAIM	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Pimiento	[0-10]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[20-30]
Tomate	[0-10]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[10-20]
Sandía	[0-10]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[10-20]
Pepino	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Melón	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[10-20]

Fuente: Notificación.

Así pues, de acuerdo con los datos anteriores, la cuota combinada de las partes tras la realización de la operación supera el 10% en valor en cuatro de los mercados relevantes: semillas de pimiento, tomate, sandía y melón, y el 10% en términos de volumen únicamente en los mercados de semillas de pimiento y melón.

En España la oferta de semillas de verduras está relativamente fragmentada e integrada por un grupo de productores internacionales altamente especializados (Syngenta, Bayer/Nunhems, Enza Zaden, Rijk Zwaan, Seminis, De Ruiters, Hazera, Tezier, etc.) que compiten con empresas locales, tales como Semillas Fitó, Zeta Seeds, Ramiro Arnedo, Inter-semillas y Semillas Batllé.

El siguiente cuadro muestra el tamaño de los mercados de semillas de verduras en España en los últimos tres ejercicios económicos, tanto en volumen como en valor:

Mercado español de semillas de verduras 2004-2006						
Semillas	2004		2005		2006	
	Miles ud.	Mill.€	Miles ud.	Mill.€	Miles ud.	Mill.€
Pimiento	744.600	71,1	765.000	74,1	730.000	71,8
Tomate	1.493.000	62,7	1.569.000	66,0	1.650.000	69,5
Sandía	108.500	5,2	113.000	5,5	119.000	7,5
Pepino	41.800	9,5	44.000	9,9	46.200	10,3
Melón	267.900	31,0	276.500	32,4	285.000	33,7
Otros	65.750.000	135,0	68.850.000	144,0	67.300.000	145,0

Fuente: Notificación (estimaciones de las partes).

En el mercado nacional global de semillas de verduras, el grupo adquirente posee una cuota del [10-20]% en valor y la adquirida del [0-10]%, por lo que la cuota combinada tras la operación sería del [10-20]%, inferior en todo caso al 25%.

Descendiendo al análisis por mercados, se muestran a continuación los datos de cuotas de mercado a nivel nacional, para cada tipo de semilla de los que integran los mercados de producto relevantes, en los últimos tres ejercicios económicos¹³.

Cuotas de mercado de la semilla del pimiento en España (%)						
Empresas	2004		2005		2006	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
SYNGENTA+ZERAİM	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[30-40]	[20-30]	[20-30]
SYNGENTA	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[10-20]
Fitó	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
ZERAİM	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Enza	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Zeta Seeds	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[0-10]
Seminis	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Clause-T/Limagrain	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Rijk Zwaan	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
De Ruiter	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[20-30]	[20-30]

Fuente: Notificación.

Como resultado de la operación, la cuota resultante de SYNGENTA asciende al [20-30]% en valor ([20-30]% en volumen) en el mercado español de producción y venta de semillas de pimiento, reforzando así su posición de líder por delante de sus competidores.

Cuotas de mercado de la semilla del tomate en España (%)						
Empresas	2004		2005		2006	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Seminis	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[10-20]
Enza Zaaden	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
SYNGENTA+ZERAİM	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
De Ruiter	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
SYNGENTA	[0-10]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[10-20]
Limagrain	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[10-20]
ZERAİM	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[20-30]	[20-30]	[30-40]	[20-30]	[20-30]	[20-30]

Fuente: Notificación.

Como resultado de la operación, la cuota resultante de SYNGENTA asciende al [10-20]% en valor ([10-20]% en volumen) en el mercado español de producción y venta de semillas de

¹³ NOTA DEL NOTIFICANTE PARA TODOS LOS CUADROS: Los datos ofrecidos por volumen se han obtenido estimando a partir de datos de fuentes públicas el área total para cada cultivo de verduras en España. A partir de estos datos, se han estimado las necesidades medias de semillas por hectárea y se han calculado las cuotas de mercado con esta base. Para los datos por valor se ha estimado la media del precio de venta de las empresas de semillas y usado este precio para estimar el total del valor del mercado.



tomate, subiendo del cuarto al tercer puesto en ventas. No obstante, la adición de cuota es reducida ([0-10] puntos en valor, [0-10] puntos en volumen).

Cuotas de mercado de la semilla de la sandía en España (%)						
Empresas	2004		2005		2006	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Seminis	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]	[30-40]
Bayer/Nunhems	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[10-20]
SYNGENTA+ZERAIM	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
SYNGENTA	[0-10]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Intersemillas	[10-20]	[10-20]	[20-30]	[10-20]	[20-30]	[10-20]
ZERAIM	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Limagrain	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[10-20]

Fuente: Notificación.

Como resultado de la operación, la cuota resultante de SYNGENTA asciende al [10-20]% en valor ([10-20]% en volumen) en el mercado español de producción y venta de semillas de sandía. El grupo adquirente se mantiene en un tercer puesto en ventas.

Cuotas de mercado de la semilla del pepino en España (%)						
Empresas	2004		2005		2006	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Bayer/Nunhems	[10-20]	[10-20]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]
Rijk Zwaan	[10-20]	[10-20]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]
SYNGENTA+ZERAIM	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
SYNGENTA	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Enza	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Limagrain	[0-10]	[10-20]	[10-20]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
De Ruiter	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Seminis	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ZERAIM	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[10-20]	[0-10]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[0-10]

Fuente: Notificación.

Como resultado de la operación, la cuota resultante de SYNGENTA asciende al [10-20]%, en el mercado español de producción y venta de semillas de pepino. La estructura de la oferta en este mercado no se ve sustancialmente modificada y la adquirente se mantiene en el tercer puesto que mantenía en ventas.

Cuotas de mercado de la semilla del melón en España (%)						
Empresas	2004		2005		2006	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
SYNGENTA+ZERAIM	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[20-30]
SYNGENTA	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Limagrain	[20-30]	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Nunhems	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Fito	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[10-20]	[0-10]	[10-20]
Seminis	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Rijk Zwaan	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ZERAIM	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Otros	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[20-30]

Fuente: Notificación.



Como resultado de la operación, la cuota resultante de SYNGENTA asciende muy ligeramente hasta el [20-30]% en valor ([10-20]% en volumen) en el mercado español de producción y venta de semillas de melón, en el que ya mantiene posición de liderazgo, si bien seguido de cerca por varios competidores importantes. La estructura de la oferta en este mercado no se ve modificada de forma significativa ya que la adición de cuota es inferior a un punto.

Como puede deducirse a partir de los cuadros anteriores, la cuota de mercado de SYNGENTA tras la transacción excederá el 25% solamente en el mercado de la semilla de pimiento ([20-30]% en valor, [20-30]% en volumen). En los otros mercados, la cuota de mercado esperada no excederá del 20%.

VI.3.- Estructura de la demanda y distribución

La demanda de semillas de verduras está muy fragmentada. Los principales clientes son los agricultores o las cooperativas agrarias. Los agricultores tienden a organizar sus actividades bajo cooperativas para lograr mayor poder de mercado y mejores condiciones en el abastecimiento de productos.

SYNGENTA realiza alrededor del [...] % de sus ventas a distribuidores independientes, mientras que ZERAIM destina el mismo porcentaje a [...]. Los principales clientes de semillas de verduras de las partes en España son los que aparecen en los siguientes cuadros:

Ventas de Syngenta a principales clientes (2006)				
Clientes	Miles ud.	% s/ ventas totales	Mill.€	% s/ ventas totales
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-

Ventas de Zeraim a principales clientes (2006)				
Clientes	Unidades	% s/ ventas totales	Mill.€	% s/ ventas totales
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-

Por lo que respecta a los canales de distribución, la comercialización de semillas no exige en general la creación de una red de distribución extensa, ya que los costes de transporte son bajos y los productos no requieren la prestación de servicios post-venta.

Ninguna de las partes produce semillas en España, sino que las importan: SYNGENTA de [...] y ZERAIM de [...]. Ambas partes cuentan con filiales en España, a través de las cuales venden las semillas de verduras a mayoristas, cooperativas, productores integrados, procesadores de verduras, criadores de plantas y, en menor medida, directamente a los cultivadores. ZERAIM tiene su propia organización de ventas sólo en Israel, España y América del Norte, donde vende directamente a viveros y minoristas. En otros países, las semillas se distribuyen a través de distribuidores exclusivos, los cuales proporcionan apoyo profesional a sus clientes.



VI.4.- Fijación de precios

El nivel y la evolución de los precios en los mercados de semillas vegetales se ven influidos por múltiples factores y varían mucho, como reflejo de las diferencias entre los distintos tipos de productos, los ciclos de producción, las estaciones y las técnicas de cultivo. La calidad de una determinada semilla se aprecia principalmente en relación con su rendimiento, su resistencia a las enfermedades y la calidad de la verdura final que se obtiene. Por lo tanto, según el notificante, los clientes tienden a cambiar rápidamente a nuevas variedades que ofrecen una mejor actuación, sin ningún tipo de lealtad hacia las marcas.

Por este motivo, la introducción de una nueva variedad en el mercado tiene un impacto inmediato en los precios medios y en los volúmenes de venta de las demás variedades. No obstante, también es práctica habitual ofrecer descuentos y otros incentivos para atraer clientes a una variedad recién lanzada.

La evolución de los precios también está ligada al relativamente corto ciclo de vida propio de las semillas vegetales (de 4 a 6 años). Así, según el notificante, los precios medios de una compañía de semillas dependen de la amplitud y variedad de su cartera de semillas, así como de la mezcla de productos de alto y de más bajo valor en una cartera. En estos mercados, según el notificante, los precios de los distintos operadores varían significativamente ya que son negociados de forma individual con cada cliente. SYNGENTA determina los precios de sus semillas de verduras [...].

En cuanto a la evolución de los precios, todos precios de las semillas comercializadas por las partes han experimentado [...] en los últimos 3 ejercicios, salvo los de [...].

La evolución media de los precios de ZERAIM en el período 2004-2006 ha sido la siguiente: [...].

VI.5.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

Según el notificante, las barreras de entrada al mercado de las semillas son similares a las de otros mercados de producción en masa igualmente maduros. Aunque un nuevo entrante en el mercado trataría de generar economías de escala mediante la producción de cantidades relativamente grandes de semillas, la producción comercial no representa un coste de capital significativo, ya que muchas empresas están preparadas para propagar semillas bajo un contrato de licencia. Para poder acceder al ya muy fragmentado mercado de las semillas de verduras, las economías de escala no son importantes.

Por lo que respecta a las barreras al comercio de semillas de verduras, no existen barreras arancelarias significativas u otras barreras comerciales, los costes de transporte no suponen un obstáculo y tampoco es necesario establecer redes de distribución u otra clase de logística a gran escala.

Existen sin embargo ciertas barreras legales derivadas de los requisitos de registro a los que están sujetas las semillas para la protección de la variedad y para su comercialización. El acceso al mercado español de semillas requiere la inclusión del operador en el Registro Oficial de Productores y que la semilla esté inscrita en el Catálogo Nacional o Europeo de Variedades



Vegetales. Además, las semillas sólo se pueden comercializar cuando han sido producidas, empaquetadas y etiquetadas de acuerdo con lo establecido en diferentes normas¹⁴.

Adicionalmente, la notificante indica, en relación con la I+D, que un nuevo operador podría acceder al mercado sin necesidad de llevar a cabo actividades de investigación y desarrollo licenciando germoplasma. Si bien existen una serie de restricciones a la propiedad intelectual para nuevos entrantes, el notificante considera que estas restricciones no son insuperables, puesto que el germoplasma está ampliamente disponible a través de fundaciones y en fuentes públicas.

En particular, el notificante indica que en los mercados de semillas de verduras las compañías de semillas disponen de su propio germoplasma y además tienen programas de reproducción propios para el desarrollo de nuevas variedades. Adicionalmente, en algunos mercados en los que no son muy competitivos o sencillamente no desean invertir en actividades de reproducción, las empresas de semillas obtienen germoplasma de otras empresas a través de licencias a cambio de un canon. En estos casos, pueden cruzar este germoplasma con el suyo propio para obtener nuevas variedades. De conformidad con los datos del notificante, en España se registran anualmente unas 50 nuevas variedades por cultivo.

Por su parte, la Comisión ha señalado en diversos precedentes¹⁵ la importancia de las actividades de I+D en la industria de las semillas, en la que la competencia puede ser descrita como una “competencia por el mercado” más que una “competencia en el mercado” por el acceso al germoplasma. Las actividades de I+D son muy importantes en la industria de las semillas (en torno al 10-20% de las ventas a nivel global), tanto en las actividades de desarrollo genético como en la investigación tradicional para desarrollar nuevas semillas. SYNGENTA es uno de los principales inversores mundiales en biotecnología, junto con Monsanto, DuPont/Pioneer, Bayer y Dow, y uno de los dos mayores propietarios de germoplasma en Europa junto con KWS.

En todo caso, según el notificante, la adquirida no cuenta con patentes en los mercados de semillas afectados, por lo que la operación notificada no reforzará las barreras de entrada de tipo tecnológico. Zeraim no tiene patentes en España o Europa en ninguno de los mercados en los que está activa.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de ZERAIM por parte de SYNGENTA, mediante la adquisición de la totalidad de su capital social. El volumen de ventas de la adquirida en España es de [...] millones de euros en 2006.

Ambas partes operan en los mercados nacionales de semillas de frutas y verduras, fundamentalmente en los de semillas de pimiento, tomate, sandía, pepino y melón.

Como consecuencia de la operación, SYNGENTA refuerza su liderazgo en el mercado de semillas de pimiento en España, en el que pasa a alcanzar una cuota del [20-30]% en valor ([20-30]% en términos de volumen).

El acceso a los mercados de semillas está sujeto a diversos requisitos regulatorios y, como señalan los precedentes en este sector, en la industria de semillas las actividades de I+D juegan un papel importante. En todo caso, según el notificante, la adquirida no cuenta con patentes en los

¹⁴ Estas normas han sido establecidas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de acuerdo con el Reglamento CE de Comercialización de Semillas (2000/55/CE).

¹⁵ Caso M.556 *Zeneca/Vanderhave*.



mercados de semillas afectados, por lo que la operación notificada no reforzará las barreras de entrada de tipo tecnológico. Zeraim no tiene patentes en España o Europa en ninguno de los mercados en los que está activa.

A la luz de las consideraciones anteriores y, en particular, de la estructura de la oferta, no es previsible que la operación notificada resulte en una obstaculización de la competencia efectiva en los mercados considerados.

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.