



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-06102 YEDRAINT / UMD

Con fecha 27 de octubre de 2006 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa YEDRAINT, SL. (en adelante "YEDRAINT") del control exclusivo sobre la sociedad U.M.D., S.A. (en adelante "UMD").

Dicha notificación ha sido realizada por representantes de YEDRAINT 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 b). 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 **27 de noviembre de 2006**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de YEDRAINT del control exclusivo sobre UMD.

La operación se instrumenta mediante un contrato de compraventa suscrito el 17 de octubre de 2006, por el que YEDRAINT adquiere el 90% del capital social de UMD a su matriz FAYREWOOD plc, a través de la instrumental Fayrewood Overseas Holding BV e, indirectamente el 100% de la sociedad, (teniendo en cuenta que posee el 10 % en autocartera).

Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia españolas.



II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusulas de no competencia, no captación y confidencialidad

El acuerdo de compraventa incluye una cláusula (cláusula 9.2) de no competencia, no captación y confidencialidad que impone a los vendedores y socios de control, durante un plazo no superior a tres años, la obligación de no dedicarse a un negocio similar al de UMD, no intentar inducir a ningún empleado de UMD a que ponga fin a su relación con ésta y no inducir a ninguno de dichos empleados para que actúe en contra de los intereses de UMD y no dar información sobre el negocio o clientes de UMD.

Por otra parte, el acuerdo entre las partes prevé un Contrato de Consultoría con el actual Director General de UMD que recoge una cláusula de no competencia, no captación y confidencialidad similar a las descritas anteriormente, y por un plazo igualmente no superior a tres años.

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 relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005/C56/03), se considera que en el presente caso la duración y contenido de las cláusulas de no competencia, no captación y confidencialidad no van 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.

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 b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. YEDRAINT, S.A. (“YEDRAINT”)

YEDRAINT es una sociedad unipersonal tenedora de acciones, controlada por la sociedad italiana ESPRINET SpA (ESPRINET)

ESPRINET está activa en el sector de la distribución mayorista de productos de tecnología de la información y electrónica de consumo (productos IT-CE), con filiales en Italia y España. Cotiza en la Bolsa de Milán y está controlada, a través de un pacto de sindicación de acciones que representa el 50,967% del capital social, por cinco personas físicas italianas, sin control sobre ninguna otra sociedad de este sector.

En España, ESPRINET controla la sociedad unipersonal MEMORY SET, S.A., que opera en el sector de la distribución mayorista de productos IT-CE, y cuenta con dos filiales participadas al 100%:

- Nogara Servicios Integrales S.L., dedicada a la distribución mayorista de productos de Hewlett Packard y
- Carlinca Servicios Integrales S.L., dedicada a la distribución mayorista de productos de Samsung.

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

Volumen de ventas del Grupo ESPRINET (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España ¹	---	---	[<60] ²

Fuente: Notificación

IV.2 U.M.D., S.A. (“UMD”)

UMD es una sociedad española, activa en el sector de la distribución mayorista de productos IT-CE desde 1989.

UMD está controlada por FAYREWOOD plc a través de su filial Fayrewood Overseas Holding BV, que detenta el 90% del capital social de UMD e, indirectamente, el 100% (en tanto que el otro 10% está en la autocartera del vendedor).

FAYREWOOD cotiza en la Bolsa de Londres y está activa en el mismo sector de distribución mayorista, operando en Europa directamente y a través de sus filiales UMD S.A., Banque Magnetique, S.A., ComputerLinks AG. e Interface Solutions Int.

UMD no tiene ninguna filial.

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

Volumen de ventas de UMD (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

¹ Hasta la adquisición de MEMORY SET, el Grupo ESPRINET no tenía ninguna filial fuera de Italia. La integración de MEMORY en el Grupo ESPRINET se produjo el 5 de diciembre de 2005, por lo que no se refleja actividad en España hasta esa fecha.

El volumen de ventas de MEMORY en 2003 fue de [>250] millones de euros; en 2004, [>250] millones de euros y en 2005, [>250] millones de euros.

² Por las razones indicadas, el volumen de ventas en 2005 en España corresponde únicamente a diciembre.



V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

En numerosos precedentes comunitarios³, todos ellos correspondientes a operaciones de concentración notificadas durante el año 1998, la Comisión confirmó la existencia de indicios suficientes para considerar la distribución al por mayor de productos de tecnología de la información (productos IT) como un único mercado de producto relevante. El concepto de productos IT (*“Information Technology”*) únicamente se refería a los productos de procesamiento y tratamiento de la información (conocidos comúnmente como productos informáticos).

En una fase posterior, en concreto, durante los años 2005 y 2006, diversas Decisiones comunitarias⁴ amplían el ámbito del mercado de producto relevante a la distribución mayorista de productos de tecnología de la información y electrónica de consumo. Esta ampliación responde a la realidad de este mercado, donde paulatinamente han ido apareciendo productos, no propiamente informáticos, que tienen una aplicación informática (por ejemplo, pantallas de televisión, móviles, reproductores MP3, etc.), denominados productos CE (*“Consumer Electronic”*). La Comisión identifica tres rasgos básicos de este mercado: i) oferta amplia de productos, ii) entrega rápida (24 horas), y iii) capacidades logísticas.

Por su parte, la notificante propone una definición más amplia que comprende, además, las ventas realizadas por los fabricantes directamente a los revendedores minoristas y a los clientes finales, ya que considera que dichas ventas constituyen una parte importante dentro del mercado y que están directamente relacionadas con la actividad de los distribuidores mayoristas.

Por otro lado, considerando la extensa gama de productos que incluye el segmento IT-CE, podría plantearse un análisis por grandes familias o categorías de productos homogéneos. Aceptando que algunos distribuidores mayoristas se especializan en determinados productos, sin embargo, la Comisión concluye que los rasgos diferenciadores se mantienen en todos ellos y, por tanto, el mercado de producto relevante es la distribución mayorista de productos de tecnología de la información y electrónica de consumo (productos IT-CE)⁵.

A la vista de lo anterior, a los efectos del presente informe, se analizarán los efectos de la operación sobre el mercado de la distribución mayorista de productos de tecnología de la información y electrónica de consumo (IT-CE).

V. 2. Mercado geográfico

En los precedentes comunitarios mencionados el mercado de la distribución mayorista de productos de tecnología de la información y electrónica de consumo se considera de ámbito nacional, debido a las siguientes características:

- a) las diferencias idiomáticas,
- b) el servicio de entrega rápida se planifica en un ámbito nacional, con la excepción de cierto comercio entre fronteras, siempre que no constituyan una barrera idiomática,
- c) los minoristas tienden a actuar y los distribuidores a organizar su actividad dentro del ámbito nacional,

³ M.1179 - TECH DATA /COMPUTER 2000. - M.1192 - CHS ELECTRONICS / METROLOGIE INTERNATIONAL. - M.1232 - INGRAM/MACROTON. - M.1257 - CHS ELECTRONICS/CHS FAR EAST.

⁴ M.4285-ALSO/GNT.-M.4039-ARROW/DNS.- M.4350-HEWLETT PACKARD/MERCURY INTERACTIVE.

⁵ Incluyendo todos los servicios relacionados con la distribución.

- d) la prestación de servicios post-venta, de formación y soporte técnico, que constituyen los servicios relacionados con la distribución, requieren una presencia nacional por parte del distribuidor mayorista,
- e) los altos costes de transporte sería desproporcionados a los márgenes con que cuentan los mayoristas.

El notificante se muestra de acuerdo con esta definición geográfica.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características y evolución

En un ámbito mundial, este mercado está organizado en torno a un grupo de grandes distribuidores con presencia internacional, lo que tiene su reflejo tanto en mercado europeo como español.

En el marco europeo destacan dos momentos significativos de reorganización del sector:

- 1989. Se produce el primer ajuste del sector europeo, consolidando su presencia los grandes distribuidores⁶, con cuotas de mercado equilibradas y con altas tasas de crecimiento en su actividad en torno al 17%.
- 2005 y 2006. Las reorganizaciones son de menor entidad, con mayor número de operadores en el mercado, lo que evidencia el dinamismo del sector y la ausencia de barreras a la entrada significativas.

España responde a este panorama general y actualmente en el mercado de distribución mayorista tienen presencia equilibrada los grandes distribuidores europeos, junto a un nutrido grupo de distribuidores nacionales, de forma que las 10 primeras empresas representan en los últimos años el 75% del mercado español.

VI.2.- Estructura de la oferta

Diversas publicaciones⁷ analizan el mercado mundial y europeo, no existiendo, según la notificante, fuentes públicas fiables sobre mercado nacional. En concreto, y en el mercado europeo, sitúan en 2005 a la adquirente (ESPRINET) como cuarto operador con una cuota del [0-10] % del mercado, por detrás de TECH DATA [10-20] %, INGRAM MICRO [10-20] % y ACTEBIS [0-10] %.

En España, las cuotas de los operadores en el mercado de la distribución mayorista de productos de tecnología de la información y electrónica de consumo para el periodo 2003-05, quedan reflejadas en el cuadro que se expone a continuación:

CUOTAS EN EL MERCADO DE DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS IT-CE						
OPERADORES	2003		2004		2005	
	Ventas (Mill. €)	Cuota %	Ventas (Mill. €)	Cuota %	Ventas (Mill. €)	Cuota %
TECH DATA	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
MEMORY SET	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]

⁶ TECH DATA, INGRAM, CHS, ACTEBIS, PEACOCK, entre otros.

⁷ Bank of America, Raymond James (publicación Equity Research) o Morgan Stanley.

CUOTAS EN EL MERCADO DE DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS IT-CE						
OPERADORES	2003		2004		2005	
	Ventas (Mill. €)	Cuota %	Ventas (Mill. €)	Cuota %	Ventas (Mill. €)	Cuota %
INGRAM MICRO	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
UMD	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
MEMORY SET+UMD	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[20-30%]
ARC	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
DIASA	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
DIOBE	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
ACTEBIS	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
ADL	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
GTI	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Subtotal 10 principales	[...]	[70-80%]	[...]	[70-80%]	[...]	[70-80%]
Resto mercado	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]
TOTAL	3.510	100	3.700	100	3.925	100

Fuente: Notificación⁸

Con la adquisición de MEMORY SET, en diciembre de 2005, ESPRINET alcanza una fuerte presencia en España (segundo operador), que ahora consolida y amplía ya que, tras la operación de concentración, alcanzaría una cuota de mercado en torno al [20-30%], situándose como la primera distribuidora nacional.

Atendiendo a grandes familias o categorías de productos homogéneos, las cuotas en España de MEMORY, UMD y seis de sus principales competidores serían⁹:

POSICIÓN DE LAS PARTES Y SUS COMPETIDORES EN 2005 EN ESPAÑA EN SEGMENTOS DEFINIDOS POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS									
CATEGORÍAS DE PRODUCTOS	MEMORY SET	UMD	MEMORY SET+UMD	TECH DATA	INGRAM MICRO	ARC	DIASA	DIODE	ACTEBIS
PCS, PORTÁTILES, SERVIDORES, PDAS Y ACCESORIOS	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	[10-20%]	[20-30%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
IMAGEN DIGITAL Y ACCESORIOS	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
NETWORKING Y COMUNICACIONES	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[30-40%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]

⁸ Para la elaboración de esta tabla, la notificante puntualiza la dificultad de disponer de datos fiables sobre ventas en España, si bien a través la asociación ASIMELEC, que agrupa a once de los principales mayoristas del sector, los asociados conocen estrictamente su propia participación en el mercado nacional.

⁹ De nuevo la notificante expresa dificultades para la obtención de datos.

POSICIÓN DE LAS PARTES Y SUS COMPETIDORES EN 2005 EN ESPAÑA EN SEGMENTOS DEFINIDOS POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS									
CATEGORIAS DE PRODUCTOS	MEMORY SET	UMD	MEMORY SET+UMD	TECH DATA	INGRAM MICRO	ARC	DIASA	DIODE	ACTEBIS
COMPONENTES Y PERIFÉRICOS ENTRADA / SALIDA	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
IMPRESIÓN, ACCESORIOS Y CONSUMIBLES	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
ELECTRÓNICA DE CONSUMO	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
ALMACENAMIENTO	[10-20%]	[0-10%]	[20-30%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]
SOFTWARE	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	[0-10%]

Fuente: Notificación.

Los datos contenidos en la tabla anterior confirman la presencia de los grandes operadores en todas las categorías, si bien se pone de manifiesto la especialización de algunos en ciertos segmentos.

La operación de concentración colocaría a la entidad resultante como líder en las categorías de “*Imagen digital y accesorios*” [10-20] % y “*Almacenamiento*” [20-30] %, aunque con cuotas muy próximas a las de sus competidores inmediatos.

VI.3.- Proveedores

Los proveedores de los distribuidores mayoristas de productos IT-CE son los fabricantes, los cuales tienen gran poder de negociación, sobre todo los de marcas de mayor renombre, en un mercado donde prácticamente no existen exclusivas (todos los distribuidores distribuyen, en general, todas las marcas)

Se trata de un mercado “marquista”, en el que se vende por identificación de marcas, lo que unido al volumen cada vez mayor de ventas directas realizadas por los fabricantes a clientes finales y a revendedores minoristas, constituye una competencia directa a los distribuidores mayoristas.

La notificante aporta los 10 primeros proveedores de cada una de las partes, para el ejercicio 2005, indicando la importancia relativa de cada uno¹⁰.

VI.4.- Estructura de la demanda y distribución

La demanda en el mercado de distribución mayorista de productos IT-CE la constituyen los revendedores minoristas. Esta categoría de operadores es extremadamente heterogénea, tanto por sus dimensiones económicas y organizativas como por la manera de dirigirse al consumidor final.

Habitualmente los revendedores minoristas se clasifican en función del tipo de cliente al que se dirigen:

¹⁰ [...].

i) Compañías que se dedican a prestar servicios a grandes compañías y a la Administración Pública (“*clientes corporate*”)

ii) Compañías que prestan servicios a PYMES

iii) Minoristas que venden a consumidores (“*retailers*”). En esta categoría se incluye un amplia y heterogénea gama de operadores que, a su vez, cabría clasificar en función de la dimensión económica del cliente y de la especialidad del mismo: Consumo Gran Distribución, Consumo Especialistas, Consumo Empresas Promoción y Marketing, Informática tienda Consumo, Electrónica de consumo tradicional, telefonía de voz, fotografía,...

La importancia de las partes en cada categoría de cliente, se muestra en el siguiente cuadro:

TIPOS DE CLIENTES DE LAS PARTES		
	MEMORY SET	UMD
Corporate	[...]	[...]
PYMES	[...]	[...]
Retailers	[...]	[...]

Fuente: Notificación.

Asimismo, la notificante estima que [...] y [...] suministran principalmente a PYMEs, [...] y [...] a clientes de tipo *corporate* y [...] y [...] suministran a los tres tipos de clientes de forma similar.

La notificante detalla quienes han sido los 10 principales clientes de cada una de las partes durante el ejercicio 2005, así como el peso relativo de cada uno de ellos¹¹.

VI.5.- Fijación de precios

De acuerdo con la notificante, el mercado analizado es altamente competitivo y, como consecuencia de ello, el margen de beneficio neto medio después de impuestos de cualquier distribuidor se sitúa entre el 0,5% y el 1% (si bien es posible que en determinadas categorías de producto este porcentaje sea ligeramente más alto).

Todos los distribuidores venden a un nivel de precios muy parecido, que viene principalmente condicionado por el precio de compra de los productos a los fabricantes.

También es preciso señalar que los precios que pagan los distintos tipos de clientes de los distribuidores (*Corporate*, PYMEs y *Retailers*) no son necesariamente diferentes como consecuencia de encuadrarse en uno u otro segmento. De hecho, los clientes que tienen una mayor capacidad de negociación son los de mayor tamaño y pueden encontrarse en cualquiera de los segmentos de clientes indicados.

VI.6.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

De acuerdo con el notificante, no existen barreras infranqueables para entrar a operar como distribuidor mayorista en este mercado.

Al ser una actividad puramente comercial no se requiere ningún tipo de licencia, autorización o permiso especial. Tampoco se requieren conocimientos técnicos excesivamente elevados, por lo que la distribución no es selectiva, sino ordinaria y no exclusiva.

¹¹ [...].



Por otra parte, de acuerdo con la notificante, en el primer trimestre de 2006, Vinzeo, empresa de corporación IBV, dedicada a la distribución mayorista de terminales de telefonía móvil, llegó a un acuerdo para hacerse con la totalidad del capital del Grupo ARC España, presente en el mercado mayorista de productos IT-CE.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación consiste en la adquisición por parte de YEDRAINT S.L. del control exclusivo sobre UMD, S.A.

Ambas partes operan en el mercado de la distribución mayorista de productos de tecnología de la información y electrónica de consumo, mercado de ámbito nacional, pero caracterizado por la presencia de grandes operadores multinacionales.

Tras la operación, la sociedad resultante refuerza su posición en más de [...] puntos y se convierte en primer distribuidor en el mercado nacional, con una cuota del [20-30]%.

Sus dos competidores inmediatos, grandes distribuidores en el mercado mundial y europeo, mantienen cuotas de mercado significativas, en concreto, TECH DATA [10-20]% e INGRAM MICRO [10-20]%.

Los clientes de este mercado son los revendedores minoristas, entre los que se encuentran grandes empresas con capacidad de negociación que, junto al alto poder de negociación de los fabricantes, deriva en un mercado altamente competitivo con bajos márgenes comerciales para sus operadores.

De acuerdo con la notificante, no existen barreras significativas a la entrada.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado.

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.