

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C/0634/15 DIA/ EROSKI (Activos)**

---

### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 30 de enero de 2015 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), notificación de la concentración consistente en la adquisición del control exclusivo sobre los activos vinculados a la explotación de 160 establecimientos comerciales de distribución minorista del grupo EROSKI por DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A. (DIA).
- (2) Esta operación de concentración fue previamente objeto de reenvío a España por parte de la Comisión Europea, en virtud de lo dispuesto en el artículo 4.4 del Reglamento CE 139/2004, del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de concentraciones entre empresas, mediante decisión de 15 de enero de 2015 en el marco del expediente M.7466 DIA/ STORES FROM EROSKI.
- (3) Dicha notificación ha sido realizada por DIA, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (“LDC”), por superar los umbrales establecidos en la letra a y b del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia (“RDC”), aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.
- (4) En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 55.5 de la LDC, el 17 de febrero de 2015, la Dirección de Competencia realizó un requerimiento de información al notificante, que tras la concesión de una ampliación de plazo, fue contestado el 6 de marzo de 2015. En esa misma fecha se hizo un nuevo requerimiento de información al notificante que fue cumplimentado el 18 de marzo de 2015.
- (5) En virtud de lo establecido en el artículo 59 de la Ley 15/2007, el 18 de marzo de 2015, el notificante ha presentado, unos compromisos que buscan resolver los obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva que puedan derivarse de la operación de concentración notificada.
- (6) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 13 de abril de 2015 inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (7) La operación notificada consiste en la adquisición por DIA del control exclusivo sobre los activos vinculados a la explotación de un máximo<sup>1</sup> de 160 establecimientos minoristas del grupo EROSKI. (activos EROSKI), localizados

---

<sup>1</sup> El notificante señala que el número total de supermercados afectados por la operación puede verse reducido, en base a las propias previsiones del contrato suscrito por las partes.

en las Comunidades Autónomas de Madrid (108) Andalucía (24), Castilla León (20), Extremadura (6) y Castilla La Mancha (2).

- (8) Los activos objeto de la operación comprenden todos aquellos bienes, derechos y obligaciones relacionados con la explotación de los establecimientos, incluyendo el mobiliario, la maquinaria, equipos, las licencias así como los contratos relativos a los inmuebles donde se localizan dichos establecimientos.
- (9) A tal efecto, CECOSA SUPERMERCADOS, S.L., SUPERMERCADOS PICABO, S.L. y CAPRABO, S.A., titulares de los activos EROSKI, de un lado y DIA, de otro, suscribieron un contrato marco de compraventa de activos el [...] <sup>2</sup>.
- (10) La operación se incluiría, por tanto, en el supuesto del artículo 7.1 b) de la LDC.

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

- (11) La operación tiene dimensión comunitaria al superar los umbrales del artículo 1.2 del Reglamento CE 139/2004. Sin embargo, como se ha indicado anteriormente, el 15 de enero de 2015 la Comisión Europea acordó reenviar en su totalidad dicha operación de concentración a la CNMC.
- (12) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales establecido en el artículo 8.1 a) y b) de la misma.

### **IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

- (13) El contrato marco suscrito por las partes el [...] un pacto de no competencia en virtud del cual las empresas vendedoras se comprometen durante un plazo de [superior a 2 años], a no desarrollar, explotar, abrir, tener, prestar sus servicios o tener interés alguno en supermercados que puedan ser competencia de los establecimientos adquiridos [...].
- (14) No obstante lo anterior, [...] no tendrá la consideración de incumplimiento del compromiso de no competencia. Se exceptúan asimismo del compromiso de no competencia [...].
- (15) Se considera [...].

#### **IV.1 Valoración**

- (16) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*.
- (17) El contenido del pacto de no competencia no va más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada. En cuanto a su

---

<sup>2</sup> Se insertan entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

duración, aun cuando está limitado a [no superior a 2 años] su efectividad depende de la transmisión a DIA del último bloque de establecimientos de EROSKI, [...].

- (18) Las previsiones anteriores generan incertidumbre respecto a la efectiva duración del pacto de no competencia, que se ven incrementadas por su posible modificación posterior, por lo que parece oportuno vincular la efectividad del pacto de no competencia a un suceso previsible en el tiempo como es la firma del documento de cierre.
- (19) En conclusión, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, y lo establecido en 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), esta Dirección de Competencia considera que la duración del pacto de no competencia va más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, no formando parte de la misma en lo que exceda de 2 años desde la firma del documento de cierre.

## V. EMPRESAS PARTICIPES

### V.1 ADQUIRENTE: DIA

- (20) DIA es una empresa española cuyas acciones cotizan en las Bolsas de valores españolas desde julio de 2011, momento de su segregación del grupo francés CARREFOUR. No está controlada por ninguna persona física o jurídica.
- (21) DIA está fundamentalmente activa en el comercio al por menor de bienes de consumo diario a través de autoservicios propios o en régimen de franquicia. a través de los formatos DIA Market, DIA Maxi, DIA Fresh, Cada DIA, Clarel, Schlecker, Minipreço.
- (22) El grupo cuenta con [...] tiendas propias<sup>3</sup> y [...] tiendas franquiciadas. Está presente en España, Portugal, Brasil, Argentina y China<sup>4</sup>.
- (23) El volumen de negocios de DIA en el último ejercicio económico, conforme al art. 5 del R.D. 261/2008 fue, según el notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DIA (millones de euros) 2013		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
9.844	[>250]	[>60]*

Fuente: Notificación

\*Sin incluir la facturación del grupo EL ARBOL, adquirido por DIA en 2014, que ascendió a [...] millones de euros en 2013

### V.2 ADQUIRIDOS: Activos de EROSKI

<sup>3</sup> Incluyendo [...] tiendas del GRUPO EL ARBOL adquiridas por DIA en 2014. Dicha operación fue autorizada sujeta al cumplimiento de determinados compromisos por Resolución del Consejo de la CNMC el 16 de octubre de 2014 (expediente C-0600/14 DIA/GRUPO EL ÁRBOL).

<sup>4</sup> En 2014 DIA transmitió la totalidad del capital social de DIA FRANCE SAS, sociedad que agrupa el conjunto de las actividades de DIA en Francia a CARREFOUR France SAS.

- (24) Los activos objeto de transmisión a DIA están vinculados a un máximo de 160 establecimientos comerciales minoristas de bienes de consumo diario del grupo EROSKI, operados bajo las enseñas Caprabo, Eroski Center y Eroski City, localizados en las Comunidades Autónomas de Madrid (108) Andalucía (24), Castilla León (20), Extremadura (6) y Castilla La Mancha (2).
- (25) EROSKI es un grupo empresarial español, cuya matriz, EROSKI, S.COOP, es una sociedad cooperativa. EROSKI está fundamentalmente presente en el sector de la distribución comercial minorista y mayorista de bienes de consumo diario en régimen de autoservicio. Adicionalmente, el grupo EROSKI realiza otras actividades complementarias, entre las que se encuentra la distribución de carburantes, así como la gestión de agencias de viajes, tiendas de deporte, perfumerías y tiendas de ocio y cultura.
- (26) El volumen de negocios de los activos objeto de adquisición en el último ejercicio económico, conforme al art. 5 del R.D. 261/2008 fue, según el notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS ACTIVOS ADQUIRIDOS (millones de euros) 2013		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

## VI. MERCADOS RELEVANTES

### VI.1. Mercado de producto

- (27) La actividad de los activos adquiridos se centra en la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio, en la que también opera la entidad adquirente.
- (28) Junto a ese mercado es preciso analizar el mercado ascendente del aprovisionamiento de los bienes de consumo diario, dada la interdependencia existente entre la distribución y el abastecimiento de dichos productos puesta de manifiesto por las autoridades de defensa de la competencia.

#### Mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario

- (29) La actividad de distribución minorista de bienes de consumo diario consiste en la venta a consumidores finales de una serie más o menos diversificada de productos alimentarios y no alimentarios (droguería, perfumería, hogar, higiene, etc.) de consumo diario, en locales de diversas características y superficies, como hipermercados, supermercados, autoservicios de proximidad, tiendas especializadas, tiendas tradicionales, mercados de abastos, estaciones de servicio, etc.
- (30) Las autoridades de defensa de la competencia han venido considerando<sup>5</sup> que el mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en

<sup>5</sup> C/0600/14 DIA/ GRUPO EL ÁRBOL, C/0395/11 EL ARBOL/PASCUAL HERMANOS (Activos), C-0367/11 LECLERC/ACTIVOS EROSKI, C-0224/10 SUPECO/SUPERMERCADOS ALIMENTACIÓN MADRID (Activos) y C-0113/08 SUPERMERCADOS SABECO/GALERIAS PRIMERO. Ver asimismo las Decisiones de la Comisión en los asuntos M.1684 CARREFOUR/PROMODES y M.6847 TRITON/SUOMEN LÄHIKAUPPA.

formato libre servicio, en el que estarían incluidas las diversas formas de venta minorista sin asistencia personalizada, constituye un mercado de producto distinto del de la venta de productos en formato tradicional (pequeñas superficies y atención personalizada) y del de la venta a través de establecimientos especializados, debido a la competencia asimétrica existente entre ellos.

- (31) Así, el mercado de la distribución minorista de productos de consumo diario en formato libre servicio estaría integrado por todas aquellas superficies de venta en las que es posible el suministro de todo tipo de bienes de consumo diario, alimentario y no alimentario, sin la intermediación de una persona encargada de servir a los clientes. En concreto, forman parte de este mercado los servicios de proximidad, las medianas superficies, las grandes superficies y las tiendas de descuento.

#### Mercado del aprovisionamiento de bienes de consumo diario

- (32) El aprovisionamiento de bienes de consumo diario comprende la venta de bienes de consumo corriente por los productores de dichos bienes a sus clientes: los distribuidores mayoristas y minoristas de estos productos.
- (33) Desde el punto de vista de la demanda, los distintos productos o grupos de productos no son sustitutivos entre sí, por lo que cada uno de ellos podría constituir un mercado diferente. Sin embargo, considerando la homogeneidad de la demanda, que no varía sustancialmente de un grupo de productos a otro, tanto la autoridad española de defensa de la competencia como la Comisión Europea han considerado que, en ciertos casos, bastaría con apreciar el poder de compra de las partes en relación con el conjunto de los bienes de consumo diario<sup>6</sup>.

## **VI.2. Mercado geográfico**

### Mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario

- (34) Los precedentes nacionales y comunitarios citados vienen considerando que el ámbito geográfico del mercado de la distribución al por menor de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio es local.
- (35) Desde el punto de vista del consumidor, la elección de un punto de venta vendrá limitado por el espacio geográfico al que resulta razonable desplazarse para efectuar una compra determinada. De ahí que, por razones de índole práctica, el consumidor final escogerá un punto de venta próximo a su domicilio para pequeñas compras, mientras que para grandes compras optará por un radio de acción más grande<sup>7</sup>.
- (36) La delimitación exacta del ámbito local del mercado de la distribución al por menor debe realizarse caso por caso, partiendo de aquellos núcleos donde

---

<sup>6</sup> C/0600/14 DIA/ GRUPO EL ÁRBOL y asuntos comunitarios M.991 PROMODES/CASINO o M.1087 PROMODES/SIMAGO.

<sup>7</sup> La Comisión tradicionalmente viene considerando que el área de influencia de un establecimiento minorista de productos de gran consumo correspondería a una zona equivalente a un desplazamiento de 20 minutos en coche

las empresas afectadas actúan y teniendo en cuenta el tipo de superficie de venta y las características de su entorno.

- (37) En principio, parece apropiado un análisis territorial de mayor dimensión en el caso de localidades que poseen en su cercanía una gran superficie comercial y en aquéllas en las que parece probada la existencia de una dependencia comercial con otras poblaciones cercanas. También resulta lógica tal consideración en el caso de zonas residenciales, donde el uso del vehículo forma parte de la vida cotidiana de sus habitantes, al ser habituales los desplazamientos en coche para realizar la mayor parte de sus actividades.
- (38) Tradicionalmente, las autoridades españolas de defensa de la competencia, al analizar las condiciones de competencia existentes en el mercado en el que operará una gran superficie comercial, ha delimitado el mercado geográfico relevante en función de isócronas<sup>8</sup>. En concreto, se ha venido considerando que la isócrona será de 15 minutos en el supuesto de que la gran superficie se encuentre en un núcleo urbano, llegando a 30 minutos cuando esté situada en núcleos rurales o cuando no exista ninguna otra gran superficie en el área considerada<sup>9</sup>.
- (39) Por otra parte, los precedentes han señalado que limitar el examen a los mercados locales podría no reflejar el impacto competitivo de una concentración cuando se da la circunstancia de que un gran número de mercados locales afectados por la operación guardan tal relación entre sí que se solapan y cubren sin fisuras un área más amplia llegando incluso a alcanzar el territorio de una provincia, una Comunidad Autónoma o en última instancia de la nación. En estas circunstancias el ámbito geográfico comprendería una región o todo el territorio nacional.
- (40) En el presente caso, el ámbito geográfico relevante para el análisis de la operación está constituido por aquellos ámbitos locales en los que los establecimientos adquiridos de EROSKI coinciden con establecimientos ya existentes de DIA. En estos ámbitos, la operación es susceptible de generar una adición de cuota y, por tanto, una modificación de la estructura del mercado.
- (41) Siguiendo la metodología empleada por la CNMC en casos anteriores el notificante ha realizado un análisis inicial de las cuotas resultantes a escala municipal, identificando 18 municipios en los que DIA y los activos adquiridos de EROSKI solapan sus actividades<sup>10</sup> y donde la cuota resultante es igual o superior al 30% de los correspondientes mercados locales de distribución minorista de bienes de consumo diario<sup>11</sup>.

---

<sup>8</sup> Isócrona: línea imaginaria que une las poblaciones que distan de un centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento.

<sup>9</sup> C/0600/14 DIA/ GRUPO EL ÁRBOL o los expedientes de la extinta CNC C/0095/08 SABECO/GALERÍAS/PRIMERO y C/0113/08 SUPERMERCADOS SABECO/GALERÍAS PRIMERO.

<sup>10</sup> [...].

<sup>11</sup> Villanueva de Córdoba ([50-60%]), Albolote ([40-50%]), Coín ([30-40%]) Manilva ([30-40%]), Arévalo ([30-40%]), Sotillo de la Adrada ([40-50%]), Béjar ([40-50%]), Salamanca ([50-60%]), La Lastrilla ([30-40%]), Nava de la Asunción ([90-100%]), Real Sitio de San Ildefonso ([90-100%]),

- (42) De ellos, el notificante ha centrado el análisis en 8 municipios en los que la adición de cuota es superior al 5% y no existen competidores relevantes<sup>12</sup> al ser en ellos donde la operación es susceptible de producir efectos sobre la competencia. Se trata de los municipios incluidos en el cuadro siguiente:

MUNICIPIOS CON POSIBLE AFECTACIÓN DE LA COMPETENCIA				
Cuota según superficie de venta (m <sup>2</sup> )				
Municipio	DIA	Activos EROSKI	Conjunta	1+2 Competidor
Béjar	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]	[30-40%]
Salamanca	[40-50%]	[0-10%]	[50-60%]	[30-40%]
Villanueva de la Cañada	[0-10%]	[40-50%]	[40-50%]	[30-40%]
Nava de la Asunción	[30-40%]	[60-70%]	[90-100%]	-----
Real Sitio de San Ildefonso	[60-70%]	[30-40%]	[90-100%]	-----
Medina del Campo	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]	[30-40%]
Villanueva de Córdoba	[20-30%]	[20-30%]	[50-60%]	[40-50%]
Trujillo	[30-40%]	[20-30%]	[60-70%]	[30-40%]

Fuente: Notificación, en base a NIELSEN, Septiembre 2014.

- (43) Para definir el mercado geográfico relevante de cada uno de dichos municipios, en primer lugar el notificante ha verificado si han sido incluidos en alguna área de influencia o mercado local previamente definido por las autoridades de competencia en los precedentes analizados en los mercados de distribución de bienes de consumo diario. Como resultado de dicho análisis, el notificante han identificado 4 áreas de influencia:

- Béjar y su área de influencia, constituida por aquellas localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad<sup>13</sup>.
- Salamanca y su área de influencia, constituida por aquellas localidades situadas en un radio de 20 minutos de desplazamiento en coche<sup>14</sup>.
- Madrid Oeste, que incluiría el municipio de Villanueva de la Cañada<sup>15</sup>.

---

Segovia ([30-40%]), Medina del Campo ([30-40%]), Tordesillas ([40-50%]), Trujillo ([60-70%]), Boadilla del Monte ([30-40%]), San Fernando de Henares ([40-50%]) y Villanueva de la Cañada ([40-50%]). Adicionalmente existen otros 3 municipios en los que la cuota adquirida es superior al 30%, pero en los que no existe solapamiento ya que DIA no está presente actualmente. Se trata de Daganzo ([30-40%]), Manzanares El Real ([60-70%]) y Chinchón ([90-100%]).

12 La suma de la cuota de los dos principales competidores es inferior a la cuota conjunta de las partes.

13 Ámbito geográfico propuesto por el notificante en el expediente C-0600/14 DIA/GRUPO EL ARBOL, que la CNMC empleó directamente al no resultar relevante su análisis en profundidad, dado lo reducido de las cuotas de mercado resultantes, que no indicaban amenaza alguna para la competencia.

14 Según expediente N-03015 (C79/03 del TDC)

15 En el expediente N-046 CARREFOUR/ PROMODES (C52/00 del TDC) se consideró la denominada Area 5 que incluiría los municipios del oeste de la Comunidad de Madrid, entre otros Las Rozas, Majadahonda, Boadilla del Monte, Pozuelo de Alarcón, Villanueva del Pardillo y Villanueva de la Cañada.

- Segovia, que incluiría los municipios de Real Sitio de San Ildefonso y Nava de la Asunción.

Sin embargo, este último municipio se encuentra a 40 minutos de Segovia (44,3 Kms aproximadamente), tiempo de desplazamiento superior al establecido en los precedentes para esa área de influencia<sup>16</sup> por lo que esta Dirección de Competencia considera que debería ser excluido de la misma, conformando un ámbito geográfico independiente (el municipio de Nava de la Asunción y, en su caso, el área comprendida en una isócrona de 15 minutos de desplazamiento en coche)

- (44) Para aquellos municipios en los que no existen precedentes (Medina del Campo, Villanueva de Córdoba y Trujillo), el notificante ha considerado isócronas de 30 minutos de desplazamiento en coche alrededor de dichas localidades al tratarse de poblaciones con un tejido urbano abierto.
- (45) Esta Dirección de Competencia considera que la isócrona propuesta resulta excesivamente amplia dada la estructura comercial de dichos municipios, basada en supermercados de pequeña y mediana superficie, por lo que estima más apropiada una isócrona más estrecha, de alrededor de 15 minutos de desplazamiento en coche.

#### Mercado del aprovisionamiento de bienes de consumo diario

- (46) Las autoridades de competencia vienen considerando que el aprovisionamiento de productos de consumo diario por parte de las empresas de distribución minorista normalmente se realiza a escala nacional, ya sea a través de una central de compras<sup>17</sup> o mediante compras directas del grupo al que pertenecen dichas empresas.

## **VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS**

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

- (47) El mercado español de la distribución minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio cuenta con un gran número de operadores, muchos de ellos pertenecientes a importantes grupos de distribución, tanto de ámbito multinacional (CARREFOUR o AUCHAN) como nacional (MERCADONA o EL CORTE INGLÉS) junto a operadores regionales sólidamente establecidos.

---

<sup>16</sup> El expediente N-07060 establece que el área de influencia de Segovia estaría conformada por aquellas localidades situadas en un radio de 30 minutos de desplazamiento en coche en base a la existencia de un gran establecimiento comercial situado en esa localidad.

<sup>17</sup> Las centrales de compra son agrupaciones de comerciantes constituidas con el fin de convertirse en interlocutores con capacidad de negociación frente a otros operadores del mercado, ya sean proveedores o competidores. Se conciben, por tanto, como entidades que reúnen un número variable de empresas de distribución con el fin de obtener, gracias a su potencial de compra y de venta, mejores condiciones comerciales de los proveedores.

- (48) Según datos aportados por el notificante basados en el Directorio A C Nielsen de septiembre de 2014<sup>18</sup>, la cuota conjunta de las partes ascendería al [10-20%] del mercado nacional de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio
- (49) En el cuadro siguiente se recogen los principales operadores del mercado español de la distribución minorista de bienes de consumo diario el libre servicio, según superficie (m<sup>2</sup>) de venta

MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE BIENES DE CONSUMO DIARIO EN ESPAÑA. Según superficie de venta (m <sup>2</sup> )*		
Operador	Superficie (m <sup>2</sup> )	Cuota
DIA	[...]	[10-20%]
Activos EROSKI	[...]	[0-10%]
<b>DIA+ Activos EROSKI</b>	<b>[...]</b>	<b>[10-20%]</b>
MERCADONA	[...]	[10-20%]
EROSKI	[...]	[0-10%]
CARREFOUR	[...]	[0-10%]
CONSUM	[...]	[0-10%]
LIDL	[...]	[0-10%]
Grupo AUCHAN	[...]	[0-10%]
EL CORTE INGLES	[...]	[0-10%]
COVIRAN	[...]	[0-10%]
Otros	[...]	[30-40%]
TOTAL	[...]	100%

Fuente: Notificación en base a NIELSEN, Septiembre 2014.

\*Sólo se computa la superficie dedicada a bienes de consumo diario, según criterios de asignación por tipo de establecimiento utilizados en las fuentes públicas del sector

- (50) A continuación se muestra la cuota que DIA y los Activos de EROSKI presentan en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio de aquellas Comunidades Autónomas en las que solapan sus actividades.

MERCADO DE LA DISTRIBUCION MINORISTA DE BIENES DE CONSUMO DIARIO DE LAS COMUNIDADES AUTONOMAS AFECTADAS. Según superficie de venta (m <sup>2</sup> )*			
Comunidad Autónoma	DIA	Activos EROSKI	Conjunta
Andalucía	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]

<sup>18</sup> El análisis parte de la superficie de los establecimientos minoristas dedicada específicamente a la distribución de bienes de consumo diario. Los criterios de asignación por tipo de establecimiento son el 100% para superficies menores de 1999 m<sup>2</sup>, 80% para superficies entre 2.000m<sup>2</sup> y 2.499m<sup>2</sup>, el 60% para superficies entre 2.500m<sup>2</sup> y 4.999m<sup>2</sup>, y el 50% para superficies superiores a 5.000m<sup>2</sup>. Finalmente, solo se han considerado los establecimientos comerciales en régimen de libre servicio y no los establecimientos especializados, al no pertenecer éstos últimos al mercado de producto relevante.

Castilla La Mancha	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]
<b>Castilla León</b>	<b>[20-30%]</b>	<b>[0-10%]</b>	<b>[30-40%]</b>
<b>Extremadura</b>	<b>[20-30%]</b>	<b>[0-10%]</b>	<b>[30-40%]</b>
Madrid	[10-20%]	[0-10%]	[10-20%]

Fuente: Notificación en base a NIELSEN, Septiembre 2014.

\*Sólo se computa la superficie dedicada a bienes de consumo diario, según criterios de asignación por tipo de establecimiento utilizados en las fuentes públicas del sector.

- (51) En cuanto al mercado a nivel local, tal y como se ha señalado anteriormente, se analizarán 8 de los 18 municipios, en los que la cuota resultante supera el 30% del mercado, la adición de cuota supera los 5 puntos porcentuales y no existen competidores relevantes.
- (52) La tabla siguiente muestra las cuotas que DIA y los activos adquiridos de EROSKI presentan en las áreas de influencia definidas para estos 8 municipios en los que la operación es susceptible de generar efectos sobre la competencia, según datos aportados por el notificante.

CUOTA ESTIMADA EN LAS ÁREAS DE INFLUENCIA DE LOS MUNICIPIOS DONDE LA OPERACIÓN ES SUSCEPTIBLE DE PRODUCIR EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA Según superficie de venta (m <sup>2</sup> )*			
Ámbitos geográficos	DIA	Activos EROSKI	Conjunta
Béjar	[30-40%]	[10-20%]	[40-50%]
Salamanca	[30-40%]	[0-10%]	[40-50%]
Madrid Oeste	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]
Segovia	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
<b>Nava de la Asunción</b>	<b>[30-40%]</b>	<b>[20-30%]</b>	<b>[50-60%]</b>
Medina del Campo	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
<b>Villanueva de Córdoba</b>	<b>[20-30%]</b>	<b>[20-30%]</b>	<b>[50-60%]</b>
<b>Trujillo</b>	<b>[30-40%]</b>	<b>[20-30%]</b>	<b>[50-60%]</b>

Fuente: Notificación, en base a NIELSEN, Septiembre 2014.

\*Sólo se computa la superficie dedicada a bienes de consumo diario, según criterios de asignación por tipo de establecimiento utilizados en las fuentes públicas del sector

- (53) A la luz de los datos anteriores, esta Dirección de Competencia ha identificado 3 ámbitos geográficos locales donde la cuota conjunta superará el 50% del mercado y donde la adición de cuota es sustancial (igual o superior a [20-30] puntos porcentuales). Es el caso de Trujillo, Nava de la Asunción y Villanueva de Córdoba, donde la Dirección de Competencia centrará su análisis competitivo.

#### Trujillo y su área de influencia

- (54) Trujillo es un municipio situado al sureste de la provincia de Cáceres que cuenta con 9.558 habitantes<sup>19</sup> y una oferta minorista de [...] m<sup>2</sup> que se distribuye en 4 supermercados 2 de ellos pertenecientes a DIA (de [...] y [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta respectivamente), el establecimiento de EROSKI a

<sup>19</sup> Fuente: INE 2014.

adquirir ([...] m<sup>2</sup>) y un establecimiento LECLERC ([...] m<sup>2</sup>). La cuota conjunta ascendería al **[60-70%]** del mercado municipal, con una adición de [20-30] puntos porcentuales.

- (55) En el caso de considerar una isócrona que integrara las localidades situadas en un radio de 15 minutos de desplazamiento en coche desde Trujillo, la superficie de venta minorista ascendería a [...] m<sup>2</sup>, según la información aportada.
- (56) El cuadro siguiente muestra las cuotas que DIA, el activo de EROSKI y sus principales competidores presentan en la isócrona considerada:

ESTRUCTURA DEL MERCADO EN ISOCRONA DE 15 MINUTOS ENTORNO A TRUJILLO			
Según superficie de venta total en m2			
Operador	Nº tiendas	Superficie (m2)	Cuota
DIA	2	[...]	[30-40%]
Activo de EROSKI	1	[...]	[20-30%]
<b>DIA +Activo EROSKI</b>	<b>3</b>	<b>[...]</b>	<b>[50-60%]</b>
LECLERC	1	[...]	[30-40%]
UNIDE	2	[...]	[0-10%]
TOTAL	6	[...]	100%

Fuente: Notificación, en base a NIELSEN, Septiembre 2014.

\*Sólo se computa la superficie dedicada a bienes de consumo diario, según criterios de asignación por tipo de establecimiento utilizados en las fuentes públicas del sector

- (57) La superficie de venta minorista en la isócrona considerada es limitada, ascendiendo a [...] m<sup>2</sup> y 6 establecimientos, 2 de ellos pertenecientes actualmente a DIA que suman un total de [...] m<sup>2</sup> de superficie, a los que unirá el supermercado de [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta que EROSKI posee en Trujillo, dando como resultado una cuota conjunta del **[50-60%]** con un adición del [20-30%].
- (58) La competencia queda limitada a un establecimiento de LECLERC, con una superficie de [...] m<sup>2</sup> (cuota del [30-40%]) y a 2 pequeñas tiendas de UNIDE, situadas fuera del municipio de Trujillo con [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta (cuota del [0-10%]).
- (59) La cuota resultante no sería muy distinta ([50-60%]) en el caso de considerar una isócrona de 30 minutos<sup>20</sup>.

#### Nava de la Asunción y su área de influencia

- (60) Nava de la Asunción es un municipio situado en la provincia de Segovia que cuenta con 2.941 habitantes y una oferta comercial extremadamente reducida ([...] m<sup>2</sup>) que se distribuye en los dos establecimientos implicados en la operación, por lo que de realizarse ésta, DIA contaría con el **[90-100%]** del

<sup>20</sup>En este ámbito, que no incluiría Cáceres que se encuentra a 42 Kms y 34 minutos de desplazamiento y que en su caso delimitaría un área de influencia propia, DIA posee 4 tiendas y [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta conjunta ([30-40%]) y el establecimiento de EROSKI representaría el [20-30%] del mercado. La oferta se completa con 6 tiendas más siendo sus principales competidores LECLERC ([30-40%]) y LIDER ALIMENT (con dos establecimientos y cuota del [0-10%]).

mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en ese municipio.

- (61) En el caso de considerar una isócrona de 15 minutos de desplazamiento en coche desde esa localidad, según la información aportada, la superficie de venta minorista ascendería a [...] m<sup>2</sup>, siendo la estructura comercial minorista la reflejada en el cuadro siguiente:

ESTRUCTURA DEL MERCADO EN ISOCRONA DE 15 MINUTOS ENTORNO A NAVA DE LA ASUNCIÓN			
Según superficie de venta total en m2			
Operador	Nº tiendas	Superficie (m2)	Cuota
DIA	2	[...]	[30-40%]
Activo de EROSKI	1	[...]	[20-30%]
<b>DIA +Activo EROSKI</b>	<b>3</b>	<b>[...]</b>	<b>[50-60%]</b>
Supermercado LA SALVE	1	[...]	[30-40%]
MIQUEL ALIMENTACIO	1	[...]	[0-10%]
TOTAL	5	[...]	100%

Fuente: Notificación, en base a NIELSEN, Septiembre 2014.

\*Sólo se computa la superficie dedicada a bienes de consumo diario, según criterios de asignación por tipo de establecimiento utilizados en las fuentes públicas del sector

- (62) Del cuadro anterior se desprende la reducida superficie de venta minorista existente en la isócrona considerada ([...] m<sup>2</sup>), conformada por 2 establecimientos DIA, el ya señalado de Nava de la Asunción y otro localizado en Navas de Oro de [...] m<sup>2</sup>, el establecimiento a adquirir de EROSKI, un supermercado LA SALVE de [...] m<sup>2</sup> situado en Coca (distante 8,1 Km de Nava de la Asunción) y una tienda de [...] m<sup>2</sup> de MIQUEL ALIMENTACIO GRUP localizado en Santa María la Real de Nieva (12,5 Km desde Nava de la Asunción).
- (63) La cuota resultante ascenderá al **[50-60%]** con una adición de [20-30] puntos porcentuales, quedando la competencia limitada a dos establecimientos, uno del supermercado LA SALVE ([30-40%]) y otro de MIQUEL ALIMENTACIO GRUP ([0-10%]).

#### Villanueva de Córdoba y su área de influencia

- (64) Villanueva de Córdoba es un municipio situado en la provincia de Córdoba, en concreto en la comarca del Valle de los Pedroches que se caracteriza por ser esencialmente rural y sin núcleos importantes de población.
- (65) La oferta minorista de Villanueva de Córdoba asciende a [...] m<sup>2</sup> y 9 supermercados, 2 de ellos pertenecientes a DIA ([...] m<sup>2</sup> y [20-30%] de cuota). El establecimiento de EROSKI a adquirir en esta localidad posee [...] m<sup>2</sup>, (cuota del [20-30%]), por lo que la cuota conjunta ascenderá al **[50-60%]** del mercado.
- (66) La oferta comercial no se vería alterada en el caso de considerar una isócrona de 15 minutos de desplazamiento en coche desde Villanueva de Córdoba, por lo que la cuota resultante sería asimismo del **[50-60%]** del mercado. La estructura comercial es la reflejada en el cuadro siguiente:

ESTRUCTURA DEL MERCADO EN ISOCRONA DE 15 MINUTOS ENTORNO A VILLANUEVA DE CORDOBA Según superficie de venta total en m2			
Operador	Nº tiendas	Superficie (m2)	Cuota
DIA	2	[...]	[20-30%]
Activo de EROSKI	1	[...]	[20-30%]
<b>DIA +Activo EROSKI</b>	<b>3</b>	<b>[...]</b>	<b>[50-60%]</b>
COOP. SAN RAFAEL	3	[...]	[30-40%]
LUIS PIÑA	1	[...]	[10-20%]
COVIRAN	2	[...]	[0-10%]
TOTAL	9	[...]	100%

Fuente: Notificación, en base a NIELSEN, Septiembre 2014.

\*Sólo se computa la superficie dedicada a bienes de consumo diario, según criterios de asignación por tipo de establecimiento utilizados en las fuentes públicas del sector

- (67) La oferta competitiva queda limitada a 6 pequeños establecimientos minoristas, 3 de COOP. SAN MIGUEL, que presentan [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta minorista conjunta ([30-40%]) 1 establecimiento LUIS PIÑA de [...] m<sup>2</sup> ([10-20%] de cuota) y 2 supermercados de COVIRAN que suman [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta ([0-10%]).

#### Mercado del aprovisionamiento de bienes de consumo diario

- (68) La cuota conjunta no supera el 15% del mercado del aprovisionamiento de bienes de consumo diario a nivel nacional, por lo que no constituye un mercado relevante a los efectos de la operación.

#### **VII.2. Estructura de la demanda**

- (69) La demanda del mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario está constituida por los consumidores finales, personas físicas que, en función de sus características o necesidades, acudirán a un tipo u otro de superficie de venta.
- (70) No existe, por definición, ningún coste de cambio de proveedor por parte de los consumidores sino que basta con que se dirijan al establecimiento de su elección y elijan los productos que deseen. El coste de acudir a un establecimiento es el tiempo incurrido en el desplazamiento físico del cliente que, en base a la doctrina de las autoridades nacionales de competencia, determina la delimitación geográfica del mercado relevante.
- (71) Los consumidores residentes en zonas urbanas de difícil acceso en coche buscan establecimientos cercanos que ofrezcan bienes de consumo diario y, normalmente, se abastecerán a través de tiendas de proximidad o medianas superficies. Por el contrario, los residentes en zonas periféricas suelen buscar establecimientos a los que puedan acceder en vehículo y en los que puedan realizar compras de aprovisionamiento de carácter semanal e incluso mensual, por lo que se dirigirán principalmente a grandes superficies de venta.
- (72) No obstante, conviene señalar que la demanda de los distintos tipos de superficies de venta no constituye compartimentos estancos, pudiendo acudir a las grandes superficies para realizar las grandes compras de

aprovisionamientos y utilizar las tiendas de proximidad para abastecerse de productos de uso diario.

- (73) La demanda del mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario está constituida por la distribución comercial minorista y mayorista de dichos productos.
- (74) Esta demanda, especialmente en el caso de la distribución minorista, está constituida por un gran número de operadores, algunos de ellos pertenecientes a importantes grupos activos a nivel multinacional, que se aprovisionan de forma individual o colectiva a través de centrales de compras.

### **VII.3. Barreras a la entrada**

- (75) Tradicionalmente, la obligación de licencias o autorizaciones administrativas previas para la instalación de establecimientos de comerciales ha constituido la principal barrera de entrada a los mercados de distribución minorista de bienes de consumo diario. En concreto, el antiguo artículo 6 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista contenía la denominada “doble licencia” puesto que la apertura de un establecimiento comercial exigía la preceptiva autorización del municipio donde se ubicara y, para grandes superficies, la concesión de una licencia por parte de la Comunidad autónoma correspondiente.
- (76) Con la aprobación de la Directiva 2006/123/CE relativa a los servicios en el mercado interior (Directiva de Servicios)<sup>21</sup> y su transposición al ordenamiento jurídico español, estas barreras se han visto significativamente reducidas. De acuerdo con el artículo 9 de la Directiva de Servicios, los Estados miembros no podrán exigir una autorización previa para la implantación de actividades de servicios salvo que se encuentre justificada por una razón imperiosa de interés general. Además, los regímenes de autorización no podrán ser discriminatorios y deberán constituir la medida menos restrictiva posible para alcanzar el objetivo en cuestión.
- (77) En España la transposición de la Directiva de Servicios en materia de comercio minorista se ha realizado en dos planos distintos.
- (78) A nivel nacional, la Ley 12/2010, de 26 de noviembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios<sup>22</sup> suprime la licencia municipal de apertura; la Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de modernización del comercio minorista, suprime la licencia autonómica para grandes superficies<sup>23</sup>; el Real Decreto-Ley 20/2012

---

<sup>21</sup> Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior (DOUEL núm. 376 de 27 de Diciembre de 2006).

<sup>22</sup> La Ley 12/2010, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, en sus artículos 2 y 3, prohíbe a las administraciones públicas exigir una licencia previa para la apertura de instalaciones o establecimientos comerciales minoristas de superficie no superior a 750 m<sup>2</sup> (BOE núm. 311 de 27 de Diciembre de 2012).

<sup>23</sup> La Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de modernización del comercio minorista, en su artículo 6, establece el principio general de que la apertura de establecimientos comerciales no está sujeta a autorización administrativa previa, salvo que

de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, contiene diversas medidas dirigidas a liberalizar el comercio minorista<sup>24</sup> y el Real Decreto-Ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, establece que la apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales podrá quedar sometida a una única autorización, concedida por tiempo indefinido únicamente cuando *“las instalaciones o infraestructuras físicas necesarias para el ejercicio de la actividad sean susceptibles de generar daños sobre el medio ambiente, el entorno urbano y el patrimonio histórico-artístico, y estas razones no puedan salvaguardarse mediante la presentación de una declaración responsable o de una comunicación previa”*<sup>25</sup>.

- (79) A nivel regional, las comunidades autónomas han eliminado de sus normativas los principales obstáculos para la apertura de nuevos establecimientos. Tal es el caso de las Comunidades Autónomas donde los activos de EROSKI gozan de mayor presencia.
- (80) En Andalucía, la normativa<sup>26</sup>, exime expresamente de la obtención de licencia a los establecimientos comerciales que no sean grandes superficies (como es el caso de los establecimientos de DIA y de los Activos Eroski) y restringe la definición de estos últimos a los que tengan más de 2.500 m<sup>2</sup>
- (81) En Madrid<sup>27</sup> la normativa limita la definición de grandes equipamientos comerciales a aquéllos de más de 2.500 m<sup>2</sup> de superficie. Estos establecimientos estarán sometidos a la evaluación prevista en el mencionado Decreto.
- (82) En Castilla y León la normativa<sup>28</sup> suprime el régimen de licencia municipal para los establecimientos comerciales medianos y limita la definición de los grandes establecimientos a aquéllos de más de 2.500 m<sup>2</sup> (siendo éstos los únicos que quedan sometidos a la obtención de licencia comercial de apertura).

---

existan razones imperiosas de interés general (nunca económicas o comerciales). BOE núm. 53 de 02 de Marzo de 2010.

<sup>24</sup> Real Decreto-Ley 20/2012 de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, incluye medidas relativas a la ampliación de los horarios comerciales y la facilitación de las actividades de promoción de ventas. BOE núm. 168 de 14 de Julio de 2012.

<sup>25</sup> Real Decreto-Ley 8/2014, de 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, contiene medidas relativas a la apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales (artículo 6). BOE núm. 163 de 5 de Julio de 2014.

<sup>26</sup> El Decreto Ley 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comercio Interior de Andalucía exime expresamente de la obtención de licencia a los establecimientos comerciales que no sean grandes superficies (i.e. establecimientos con una superficie superior a 2.500 m<sup>2</sup>).

<sup>27</sup> Ley 16/1999, de 29 abril, de Comercio Interior de la Comunidad de Madrid.

<sup>28</sup> La Ley 16/2002, de 19 de diciembre, de comercio de Castilla y León se ha visto modificada por el Decreto-Ley 3/2009, de 23 de diciembre, de medidas de impulso de las actividades de servicios en Castilla y León.

- (83) En Extremadura, la normativa<sup>29</sup> ha suprimido los planes de ordenación de equipamientos comerciales que regulaban la implantación de los establecimientos comerciales minoristas en función de las necesidades de consumo y de compra de la población extremeña. Asimismo, suprime la exigencia de licencias y limita el análisis de los organismos autonómicos.

### **VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (84) La operación notificada consiste en la toma de control exclusivo de los activos vinculados a la explotación de 160 establecimientos comerciales de distribución minorista del grupo EROSKI por DIA.
- (85) La operación reforzará la posición que DIA presenta en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio a nivel nacional (con cuota inferior al 15%) y autonómico, especialmente en Extremadura y Castilla León, donde dispondrá de cuotas de alrededor del [30-40%], aunque con incrementos poco significativos en ambos casos (inferiores al [0-10%]).
- (86) A nivel municipal, las actividades de distribución minorista de DIA y los activos adquiridos de EROSKI se solapan en 49 localidades, en 18 de las cuales la cuota resultante superará el 30% del mercado.
- (87) La incidencia de la operación es especialmente importante en 3 áreas de influencia definidas entorno a los municipios de Trujillo, Nava de la Asunción y Villanueva de Córdoba por isócronas de 15 minutos de desplazamiento en coche, en las que la cuota conjunta supera el 50% del mercado y donde la adición de cuota es sustancial (igual o superior a [20-30] puntos porcentuales).
- (88) En los 3 casos, la operación supone la unión del segundo y tercer operador del área considerada, con cuotas alrededor de [20-30] puntos porcentuales superiores a la que presentaría su principal competidor en el mercado, por lo que no parece que vaya a existir suficiente presión competitiva que pueda suponer un contrapeso relevante al incremento de la cuota del grupo adquirente.
- (89) En cuanto a la posible competencia potencial derivada de la entrada de nuevos operadores en el mercado minorista, si bien se han reducido considerablemente las barreras legales como consecuencia de las reformas normativas llevadas a cabo por las Comunidades Autónomas, no pueden obviarse las barreras físicas, derivadas de la dificultad de encontrar locales disponibles situados en puntos atractivos.
- (90) Por último, en cuanto al poder compensatorio de la demanda, en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario la demanda está constituida por los consumidores finales, personas físicas que acudirán a los diferentes puntos de venta para abastecerse de productos alimentarios y no alimentarios para satisfacer las necesidades habituales de sus hogares. No se

---

<sup>29</sup> Ley 7/2010, de 19 de junio, de modificación de la Ley 3/2002, de 9 de mayo, de comercio de la Comunidad autónoma de Extremadura.

puede concluir, por tanto, que el poder de la demanda sea tal que contrarreste el posible poder de mercado adquirido por DIA.

- (91) Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, existen serias dudas sobre los efectos de la operación en las áreas geográficas definidas entorno a Trujillo, Nava de la Asunción y Villanueva de Córdoba, pues la misma puede obstaculizar de manera significativa la competencia en el mercado de la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio en dichos mercados.
- (92) En cuanto al mercado ascendente de abastecimiento de bienes de consumo diario, la operación no parece plantear problemas de competencia dada la reducida cuota de mercado conjunta resultante, inferior al 15% en el mercado nacional.

## **IX. COMPROMISOS**

- (93) Al objeto de resolver los obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva detectados, el notificante, al amparo de lo establecido en el artículo 59 de la LDC, ha presentado compromisos consistentes en la desinversión de tres establecimientos minoristas localizados en las áreas geográficas definidas entorno a Trujillo, Nava de la Asunción y Villanueva de Córdoba.
- (94) En concreto, se trata de dos de los establecimientos del grupo EROSKI objeto de la presente operación, localizados en Nava de la Asunción y Villanueva de Córdoba, de [...] y [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta respectivamente, así como un establecimiento DIA (anteriormente del GRUPO EL ARBOL) situado en Trujillo de [...] m<sup>2</sup> de superficie de venta. En esta última localidad, DIA mantendrá el activo de EROSKI objeto de la presente operación.
- (95) Se adjuntan los compromisos propuestos en anexo.

## **X. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN CON COMPROMISOS**

- (96) En el caso de las áreas geográficas definidas entorno a Nava de la Asunción y Villanueva de Córdoba, los compromisos suponen la desinversión de los establecimientos EROSKI adquiridos por DIA tras la presente operación, por lo que no se producirá adición de cuota alguna en el mercado de la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio de dichos ámbitos geográficos.
- (97) En el área geográfica definida entorno a Trujillo, la desinversión propuesta de un establecimiento DIA, supondrá que la cuota resultante de la operación se reduzca hasta el [40-50%], con una adición de [20-30] puntos porcentuales. La cuota conjunta de los dos principales competidores (LECLERC y el activo DIA a transmitir) será del [50-60%], superior a la cuota conjunta de las partes tras la operación, por lo que existirá suficiente presión competitiva que contrarreste el incremento de cuota del grupo adquirente.
- (98) Las desinversiones unidas a la reducción de las barreras legales acontecidas recientemente posibilitarán la aparición de nuevos competidores o el refuerzo

de los ya existentes en dichas áreas, que de este modo podrán incrementar la presión competitiva sobre DIA.

(99) A la vista de lo anterior, se puede concluir que los compromisos propuestos por DIA son suficientes para resolver las dudas planteadas por la operación.

## **XI. 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 **subordinar la autorización de la concentración al cumplimiento de los compromisos propuestos por DIA**, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Por otro parte, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios así como lo establecido en 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), en lo referente al pacto de no competencia se considera que el periodo que exceda de los dos años desde el documento de cierre va más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, no formando parte de la misma.

## **ANEXO. PROPUESTA DE COMPROMISOS**

### **SECCIÓN A. DEFINICIONES**

A continuación se definen determinados términos que serán empleados en el presente documento.

**Activos objeto de Desinversión:** establecimientos comerciales que DIA se compromete a desinvertir, de conformidad con lo previsto en la Sección B y en el Anexos nº 1 del presente documento.

**Acuerdo vinculante de cesión:** acuerdo de cesión de uno o varios Activos objeto de Desinversión.

**Administrador de la Cesión:** una o más personas físicas o jurídicas, independientes de DIA y que, una vez aprobadas por la Dirección de Competencia, recibirán de DIA el mandato exclusivo e irrevocable de ceder los Activos objeto de Desinversión durante el Periodo adicional de desinversión de [...].

**Administrador Supervisor:** una o más personas físicas o jurídicas, independientes de DIA y que, una vez aprobadas por la Dirección de Competencia, serán designadas por DIA para que se encarguen de supervisar el cumplimiento por DIA de los compromisos y demás obligaciones que puedan contenerse en la Resolución.

**Comprador:** la entidad que la Dirección de Competencia apruebe como comprador de uno o varios Activos objeto de Desinversión, de conformidad con los criterios establecidos en la Sección D. El Comprador podrá adquirir uno o varios de los activos que forman parte de los Activos objeto de Desinversión.

**Compromiso de Desinversión:** el compromiso relativo a la cesión de los Activos objeto de Desinversión.

**DIA:** Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A., con N.I.F número A-28164754 y domicilio social a efectos de notificaciones en Calle Jacinto Benavente, 2A (Edif. TRIPARK), Parque Empresarial de las Rozas, 28232 Las Rozas (España).

**Dirección de Competencia:** La Dirección de Competencia de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

**Fecha de entrada en vigor de los Compromisos:** fecha de adopción de la Resolución.

**LDC:** Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

**Periodo adicional de desinversión:** [...] desde la finalización del Periodo inicial de desinversión.

**Periodo inicial de desinversión:** [...] desde la Fecha de entrada en vigor de los Compromisos.

**Requisitos del Comprador:** los requisitos que deberá cumplir el Comprador para que pueda ser aprobado por la Dirección de Competencia.

**Resolución:** Resolución que adopte el Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el expediente C/0634/15 de conformidad con el artículo 57 de la LDC.

## **SECCIÓN B. LOS ACTIVOS OBJETO DE DESINVERSIÓN**

### **Compromiso de Desinversión**

1. A los efectos de mantener la competencia efectiva, DIA se compromete a ceder o procurar ceder los Activos objeto de Desinversión a un Comprador o a varios Compradores, a más tardar, al finalizar el Periodo adicional de desinversión y bajo las condiciones aprobadas por la Dirección de Competencia, de conformidad con el procedimiento que se describe en el párrafo 11.

Serán objeto de Desinversión ciertos establecimientos comerciales situados en las áreas de influencia de Nava de la Asunción (Segovia), Trujillo (Cáceres) y Villanueva de Córdoba (Córdoba) en las que, de acuerdo con el criterio de la Dirección de Competencia, tras la operación analizada en el presente expediente no puede descartarse que se produzcan obstáculos a la competencia efectiva. En aquellos casos en los que en el área de influencia afectada se localicen varios establecimientos afectados por la Operación, se procederá a la desinversión de uno de ellos.

2. Para llevar a cabo la cesión, DIA se compromete a procurar encontrar, durante el Periodo inicial de desinversión, un Comprador y a celebrar con el mismo un acuerdo vinculante por el que se acuerde la cesión de los Activos objeto de Desinversión. Si al final del Periodo inicial de desinversión DIA no hubiera celebrado dicho acuerdo con respecto a alguno o algunos de los Activos objeto de Desinversión, DIA otorgará al Administrador de la Cesión un mandato exclusivo e irrevocable [...] para que ceda o procure ceder dichos activos en el Periodo adicional de desinversión, de conformidad con el procedimiento descrito en el párrafo 12.

3. Se entenderá que DIA ha cumplido con el Compromiso de Desinversión si, a más tardar, al finalizar el Periodo adicional de desinversión, ha celebrado un acuerdo vinculante de cesión con respecto a los Activos objeto de Desinversión, sin perjuicio de lo establecido en la Sección F. Tanto el Comprador como los términos y el procedimiento de cesión descrito en el párrafo 11 y siguientes deberán haber sido objeto de aprobación previa por parte de la Dirección de Competencia. Adicionalmente, la cesión de los Activos objeto de Desinversión deberá producirse en un plazo que no exceda de [...] desde la aprobación por la Dirección de Competencia del Comprador. En el supuesto de que la cesión debiera someterse a la autorización previa de las autoridades competentes en materia de defensa de la competencia o de cualesquiera otras autoridades regulatorias, la cesión se producirá en un plazo de [...] desde la obtención por el Comprador de dicha autorización.

4. A los efectos de mantener el efecto estructural del Compromiso de Desinversión, DIA se compromete a no adquirir, durante un periodo de [...] desde la Fecha de entrada en vigor, influencia directa o indirecta sobre los Activos objeto de Desinversión, salvo que la Dirección de Competencia considere que la

estructura de mercado ha cambiado de tal manera que dicho compromiso ya no resulte necesario para eliminar los obstáculos que pudieran derivarse de la realización de la Operación.

### **Estructura y definición de los Activos objeto de Desinversión**

5. Los Activos objeto de Desinversión son: (i) un establecimiento Eroski City situado en el municipio de Nava de la Asunción; (ii) un establecimiento del Grupo El Árbol (hoy parte del Grupo DIA) situado en el municipio de Trujillo; y (iii) un establecimiento Eroski Center situado en el municipio de Villanueva de Córdoba.

## **SECCIÓN C. COMPROMISOS RELACIONADOS**

### **Mantenimiento de la viabilidad, comerciabilidad y competitividad de los Activos objeto de Desinversión**

6. Desde la Fecha de entrada en vigor de los Compromisos hasta el momento de la cesión, DIA mantendrá la viabilidad económica, la comerciabilidad y la competitividad de los Activos objeto de Desinversión, de conformidad con las buenas prácticas del negocio y minimizará en la medida de lo posible cualquier riesgo potencial que pudiera ocasionar la pérdida de competitividad de los Activos objeto de Desinversión. En particular, DIA se compromete a:

- (a) No desarrollar ninguna acción que pudiera tener un impacto material significativo en el valor o la competitividad de los Activos objeto de Desinversión o que pudiera alterar la naturaleza y el objeto de su actividad, o de la estrategia industrial o comercial o la política de inversión de los Activos objeto de Desinversión; y
- (b) Poner a disposición de los Activos objeto de Desinversión suficientes recursos que permitan explotarlos de conformidad con el curso ordinario de sus negocios.

### **Due Diligence**

7. Para facilitar a todos los compradores potenciales el desarrollo de un proceso razonable de *due diligence* de los Activos objeto de Desinversión, con sujeción a las obligaciones ordinarias de confidencialidad y dependiendo de la fase del proceso de desinversión, DIA proporcionará a los compradores potenciales información suficiente relativa a los Activos objeto de Desinversión.

### **Obligaciones de información**

8. Durante el Periodo inicial de desinversión, DIA remitirá a la Dirección de Competencia y al Administrador Supervisor [...] relacionados con potenciales compradores de los Activos objeto de Desinversión, así como sobre el desarrollo de las negociaciones con dichos posibles compradores. La remisión de dichos informes se producirá [...], a partir de la Fecha de entrada en vigor de los Compromisos (o en cualquier otro momento, si así es requerido por la Dirección de Competencia).

9. DIA informará a la Dirección de Competencia y al Administrador Supervisor acerca de la documentación que se pondrá a disposición de los potenciales

compradores, así como sobre el proceso de *due diligence*, y les remitirá copia del Memorando correspondiente antes de remitirlo a los potenciales compradores.

## **SECCIÓN D. EL COMPRADOR**

10. A los efectos de asegurar el restablecimiento inmediato de la competencia efectiva, para que pueda ser aprobado por la Dirección de Competencia, el Comprador deberá:

- (a) Ser independiente de y no tener ninguna conexión con DIA;
- (b) Tener suficientes recursos financieros e incentivos para explotar los Activos objeto de Desinversión en competencia efectiva con DIA y los demás competidores del mercado;
- (c) No generar riesgos de obstaculización de la competencia efectiva ni riesgos de retraso en la implementación del Compromiso de Desinversión, debiendo, en particular, reunir los requisitos razonablemente necesarios para poder obtener las autorizaciones regulatorias que sean necesarias para adquirir los Activos objeto de Desinversión;
- (d) Cumplir con las condiciones contenidas en los correspondientes contratos de arrendamiento o subarrendamiento relativos a los Activos objeto de Desinversión.

Los requisitos indicados en los apartados (a) a (d), serán definidos como los "**Requisitos del Comprador**".

11. La oferta vinculante por el Comprador y la versión final del contrato vinculante de cesión se someterán a la aprobación de la Dirección de Competencia. Una vez alcanzado un acuerdo con un Comprador, DIA remitirá a la Dirección de Competencia y al Administrador Supervisor una propuesta razonada y documentada, que deberá incluir una copia de la oferta vinculante y de la versión final del acuerdo en cuestión. DIA deberá demostrar a la Dirección de Competencia que el comprador reúne los Requisitos del Comprador y que los Activos objeto de Desinversión se están enajenando de conformidad con los Compromisos de Desinversión. La Dirección de Competencia comprobará que se cumplen dichos requisitos para proceder a la aprobación de la cesión. DIA podrá someter a la aprobación de la Dirección de Competencia un comprador para cada uno de los activos que forman parte de los Activos objeto de Desinversión, pudiendo cada uno de los compradores adquirir uno o varios activos.

## **SECCIÓN E. EL ADMINISTRADOR SUPERVISOR Y EL ADMINISTRADOR DE LA CESIÓN**

### **I. Procedimiento de designación**

12. DIA nombrará, en los plazos y según el procedimiento previsto en los párrafos 15 y siguientes, un Administrador Supervisor, que desempeñará las funciones que son atribuidas a dicha figura en el presente documento. Adicionalmente, si [...] antes de la finalización del Periodo inicial de desinversión DIA no hubiese

celebrado un contrato vinculante de cesión con respecto a alguno(s) de los Activos objeto de Desinversión o si la Dirección de Competencia hubiera rechazado a un comprador propuesto por DIA en esa fecha o con posterioridad con respecto a alguno(s) de dichos activos, DIA designará a un Administrador de la Cesión, que desempeñará las funciones atribuidas en este documento a dicha figura. El nombramiento del Administrador de la Cesión será efectivo a partir del comienzo del Periodo adicional de desinversión de [...].

13. El Administrador Supervisor y Administrador de la Cesión:

- (a) Serán independientes de DIA;
- (b) Deberán estar en posesión de las cualificaciones necesarias para desempeñar su mandato (por ejemplo, un banco, banco de inversión, consultor, auditor o agente inmobiliario); y
- (c) No deberán estar expuestos a ningún conflicto de interés.

14. La remuneración del Administrador Supervisor y Administrador de la Cesión deberá ser suficiente para garantizar el cumplimiento efectivo e independiente de su mandato.

### **Propuestas**

15. [...], DIA remitirá a la Dirección de Competencia, para su aprobación, la lista de la(s) persona(s) que propone designar como [...]. En su caso, a más tardar, [...] antes de la finalización del Periodo inicial de desinversión, DIA remitirá a la Dirección de Competencia, para su aprobación, la lista de la(s) persona(s) que propone designar como Administrador de la Cesión. Las propuestas deberán contener información suficiente que permita a la Dirección de Competencia comprobar que los Administradores propuestos cumplen con los requisitos previstos en el párrafo 13 y deberán incluir los términos de los correspondientes mandatos, incluyendo todas las cuestiones necesarias para que el Administrador Supervisor y el Administrador de la Cesión puedan desempeñar sus obligaciones. En la propuesta relativa al nombramiento del Administrador Supervisor, deberá además indicarse si se prevé que la(s) persona(s) propuesta(s) actúe(n) también como Administrador de la Cesión. La propuesta relativa al nombramiento del Administrador de la Cesión deberá incluir también una propuesta de plan de actuación, en la que se describa el modo en el que el Administrador de la Cesión pretende desempeñar sus funciones.

16. [...], DIA remitirá a la Dirección de Competencia [...], en la que se describa el modo en el que el Administrador Supervisor pretende desempeñar sus funciones.

### **Aprobación o rechazo por la Dirección de Competencia**

17. La Dirección de Competencia tendrá discreción para aprobar o rechazar al(a los) Administrador(es) propuesto(s), así como el correspondiente mandato, que podrá ser modificado a los efectos de que el Administrador Supervisor y/o Administrador de la Cesión puedan cumplir sus funciones. Si solamente se aprueba un candidato, DIA designará como Administrador Supervisor y/o Administrador de la Cesión, al individuo o institución en cuestión, de conformidad con el mandato aprobado por la Dirección de Competencia. Si se aprueban varios candidatos, DIA podrá designar a cualquiera de los aprobados. El Administrador

Supervisor y el Administrador de la Cesión serán designados en el plazo de una semana desde que la Dirección de Competencia dé su aprobación, de conformidad con el mandato también aprobado por la misma.

### **Nuevas propuestas**

18. Si todos los candidatos propuestos por DIA son rechazados, DIA deberá remitir al menos dos nuevos candidatos en el plazo de una semana desde que sea informado sobre dicho rechazo, de conformidad con los criterios establecidos en los párrafos 12 y 15.

### **Administrador designado por la Dirección de Competencia**

19. Si todas las propuestas adicionales de candidatos a Administrador son rechazadas por la Dirección de Competencia, DIA deberá designar como Administrador Supervisor y/o Administrador de la Cesión, al candidato que proponga la Dirección de Competencia, y de conformidad con el mandato que ésta proponga.

## **II. Funciones del Administrador Supervisor y del Administrador de la Cesión**

20. El Administrador Supervisor y Administrador de la Cesión deberán asumir las obligaciones identificadas en el presente documento para garantizar el cumplimiento por DIA de los Compromisos. La Dirección de Competencia podrá, a iniciativa propia, o a instancia del Administrador Supervisor y/o del Administrador de la Cesión, ordenar cuantas cuestiones considere necesarias para garantizar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que a tales efectos sean incluidas en la Resolución.

### **Obligaciones del Administrador Supervisor**

21. El Administrador Supervisor deberá:

- (i) Proponer un plan detallado de actuación a la Dirección de Competencia, en el que identifique la manera en que pretende desempeñar sus funciones de vigilancia del cumplimiento de las obligaciones y condiciones que se incluyan en la Resolución;
- (ii) Supervisar el mantenimiento de la viabilidad económica, comerciabilidad y competitividad de los Activos objeto de Desinversión, así como vigilar el cumplimiento por parte de DIA de las condiciones y obligaciones que se incluyan en la Resolución, en particular, el mantenimiento del curso ordinario de los negocios de los Activos objeto de Desinversión;
- (iii) Proponer a DIA cuantas medidas considere necesarias para garantizar el cumplimiento por dicho operador de los compromisos y obligaciones que se incluyan en la Resolución, en particular, el mantenimiento del curso ordinario de los negocios de los Activos objeto de Desinversión;
- (iv) Asumir las demás funciones que se asignen al Administrador Supervisor de conformidad con las condiciones y obligaciones incluidas en la Resolución;
- (v) Revisar y evaluar a potenciales compradores, así como el proceso de desinversión y verificar que los potenciales compradores reciben suficiente información durante el proceso de *due diligence*;

- (vi) Proporcionar a la Dirección de Competencia, [...], un informe mensual. El informe se referirá tanto al mantenimiento por DIA del curso ordinario de los negocios de los Activos objeto de Desinversión, como al progreso del proceso de desinversión y a los potenciales compradores. Deberá informar asimismo a la Dirección de Competencia si concluye que DIA está incumpliendo los Compromisos. El Administrador Supervisor remitirá asimismo a DIA copia no confidencial del informe señalado; y,
- (vii) Proporcionar, en el plazo de una semana desde la recepción de la propuesta citada en el párrafo 11, a la Dirección de Competencia un informe motivado acerca de la adecuación e independencia del comprador propuesto por DIA, así como sobre la viabilidad de los Activos objeto de Desinversión, y sobre si la cesión se ha producido en las condiciones previstas en la Resolución.

### **Obligaciones del Administrador de la Cesión**

22. En el Periodo adicional de desinversión, el Administrador de la Cesión cederá los Activos objeto de Desinversión a un comprador, [...], siempre y cuando éste y el correspondiente contrato de cesión hayan sido aprobados por la Dirección de Competencia, de conformidad con el procedimiento descrito en el párrafo 11. El Administrador de la Cesión incluirá en el contrato de cesión los términos y condiciones que considere apropiados para que se produzca una cesión rápida en el Periodo adicional de desinversión. En particular, el Administrador de la Cesión podrá incluir en el contrato de cesión, antes de someterlo a la aprobación de la Dirección de Competencia, las manifestaciones y garantías que sean razonablemente necesarias para efectuar la cesión. El Administrador de la Cesión protegerá los intereses financieros legítimos de DIA, con sujeción a la obligación incondicional de ceder los Activos objeto de Desinversión a un comprador [...].

23. Durante el Periodo adicional de desinversión, el Administrador de la Cesión proporcionará a la Dirección de Competencia [...] (o en cualquier otro momento si así es requerido por la Dirección de Competencia) un informe por escrito en el que detalle el estado del proceso de desinversión. Los informes mencionados deberán ser remitidos en los 15 primeros días del mes siguiente al que se refiera el informe en cuestión, debiendo remitir simultáneamente una versión no confidencial del mismo a DIA.

### **III. Obligaciones de DIA**

24. DIA proporcionará y exigirá a sus asesores que proporcionen al Administrador Supervisor y al Administrador de la Cesión toda la cooperación y la información razonablemente necesarias para que el Administrador Supervisor y el Administrador de la Cesión puedan desempeñar sus funciones. El Administrador Supervisor y el Administrador de la Cesión tendrán acceso completo a toda la documentación, instalaciones y cualquier otra información sobre los Activos objeto de Desinversión que sea necesaria para el cumplimiento de sus respectivas funciones. DIA proporcionará al Administrador Supervisor y al Administrador de la Cesión toda la información que éstos requieran, facilitándoles además, si fuera necesario, acceso a una o varias oficinas en sus instalaciones. Los representantes de DIA estarán disponibles para mantener reuniones con el Administrador Supervisor y con el Administrador de la Cesión, así como para proporcionarles la información necesaria para el desarrollo de sus funciones.

25. DIA facilitará al Administrador Supervisor todo el apoyo administrativo y de gestión que éste pueda razonablemente necesitar. DIA proporcionará y exigirá a sus asesores que proporcionen al Administrador Supervisor, previa solicitud, toda la información que se remita a potenciales compradores, facilitándole, en particular, acceso a la documentación de la *data room* y toda la documentación adicional que sea facilitada al potencial comprador en el proceso de *due diligence*. DIA informará al Administrador Supervisor sobre posibles compradores, remitiéndole una lista y le mantendrá informado del desarrollo del proceso de desinversión.

26. DIA otorgará al Administrador de la Cesión los poderes necesarios para efectuar la cesión y todas las demás acciones que éste considere necesarias o apropiadas para efectuar la cesión, incluido el nombramiento de los asesores necesarios en el proceso de cesión.

27. DIA eximirá al Administrador Supervisor y al Administrador de la Cesión y a sus empleados y agentes de cualquier responsabilidad frente a DIA derivada del cumplimiento de sus funciones como Administrador de conformidad con el presente documento, salvo que dicha responsabilidad derive de negligencia o mala fe del Administrador o de sus empleados, agentes o asesores.

28. DIA deberá soportar los costes en que incurra el Administrador Supervisor y Administrador de la Cesión como consecuencia de la designación de los asesores que éstos consideren necesarios para desempeñar sus obligaciones, siempre que dichos costes sean razonables y siempre y cuando la designación de tales asesores sea aprobada por DIA, que no podrá negarla sin razón justificada. Si DIA no aprueba a los asesores propuestos por el Administrador Supervisor y/o por el Administrador de la Cesión, éstos podrán ser aprobados por la Dirección de Competencia, previa audiencia de DIA. Solamente el Administrador Supervisor y Administrador de la Cesión podrán dar instrucciones a los asesores, a los que resultará de aplicación el contenido del párrafo anterior. En el Periodo adicional de desinversión, el Administrador de la Cesión podrá utilizar a los asesores que asesoraron a DIA durante el Periodo inicial de desinversión, si ello es considerado conveniente en interés del proceso de cesión.

#### **IV. Sustitución, liberación y nuevo nombramiento del Administrador**

29. Si el Administrador Supervisor y/o Administrador de la Cesión incumplen las funciones previstas en el presente documento o si concurre otro motivo legítimo, incluyendo la existencia de un conflicto de interés:

- (a) La Dirección de Competencia podrá, una vez oído el Administrador Supervisor y/o el Administrador de la Cesión, exigir a DIA que le(s) sustituya; o
- (b) DIA podrá, previa aprobación de la Dirección de Competencia, sustituir al Administrador Supervisor y/o al Administrador de la Cesión.

30. Si el Administrador Supervisor o Administrador de la Cesión es sustituido de conformidad con el párrafo anterior, se le podrá exigir que continúe desempeñando sus funciones hasta que haya proporcionado al nuevo Administrador Supervisor o Administrador de la Cesión toda la información relevante para el cumplimiento de sus obligaciones. El nuevo Administrador

Supervisor o Administrador de la Cesión será designado de conformidad con el procedimiento previsto en los párrafos 12 a 19 anteriores.

31. Salvo el supuesto previsto en el párrafo 29, el Administrador Supervisor y el Administrador de la Cesión sólo cesarán en el desempeño de sus funciones cuando la Dirección de Competencia les libere de sus obligaciones, una vez se haya producido el cumplimiento de los Compromisos cuya vigilancia o ejecución les hayan sido encomendados. No obstante, la Dirección de Competencia podrá requerir en cualquier momento que se vuelva a nombrar al Administrador Supervisor, si concluye que los compromisos relevantes no se han implementado completa y correctamente.

#### **SECCIÓN F. CLÁUSULA DE REVISIÓN**

32. En el caso de que, tras la terminación del Periodo adicional de desinversión, alguno o algunos de los Activos objeto de Desinversión no haya(n) podido ser cedidos a un comprador, la Dirección de Competencia optará, previa solicitud motivada de DIA que deberá ir acompañada de informe del Administrador Supervisor, entre:

- (i) Otorgar una ampliación de los plazos previstos en el presente documento;
- (ii) En circunstancias excepcionales, otorgar una dispensa, modificar o sustituir, una o algunas de las obligaciones previstas en los presentes Compromisos.

33. Para solicitar una extensión de plazo, DIA remitirá a la Dirección de Competencia una solicitud motivada en el plazo máximo de [...] antes de la expiración del plazo cuya ampliación se solicita. Sólo en circunstancias excepcionales, podrá DIA exigir una ampliación de plazo en el transcurso del último mes del mismo.

#### **SECCIÓN G. ENTRADA EN VIGOR**

34. Los Compromisos entrarán en vigor el día de la notificación a DIA de la Resolución.

## **Anexo nº 1**

### **Descripción de los Activos objeto de desinversión**

1. Los Activos objeto de Desinversión están conformados por 3 establecimientos situados en las localidades de Nava de la Asunción (Segovia), Trujillo (Cáceres) y Villanueva de Córdoba (Córdoba).
2. Los Activos objeto de Desinversión son los siguientes:
  - (i) El establecimiento Eroski City situado en el municipio de Nava de la Asunción, [...], de [...] m2 de superficie.
  - (ii) El establecimiento del Grupo El Árbol (hoy parte del Grupo DIA) situado en el municipio de Trujillo, [...], de [...] m2 de superficie.
  - (iii) El establecimiento Eroski Center situado en el municipio de Villanueva de Córdoba, [...], de [...] m2 de superficie.