



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-05078

HEWLETT-PACKARD / SCITEX VISION

Con fecha 29 de agosto de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de HEWLETT-PACKARD COMPANY del control exclusivo de la sociedad SCITEX VISION LTD., dedicada a la fabricación y venta de impresoras digitales industriales.

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

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

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

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **29 de septiembre de 2005**, 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 la sociedad HEWLETT-PACKARD COMPANY (en adelante HP) del control exclusivo sobre el negocio de SCITEX VISION LTD (en adelante SCITEX VISION), mediante la adquisición de la práctica totalidad de sus activos.

La operación se instrumenta mediante un Contrato de Compraventa de activos formalizado por las partes con fecha 11 de agosto de 2005¹.²

La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de las autoridades nacionales de defensa de la competencia. La operación se ha notificado también en Austria, Alemania, Irlanda, Italia, Portugal, y Eslovaquia. Fuera de la UE se ha notificado en Brasil, China, Israel, México, y Sudáfrica.

¹ [...].

² Se indican entre corchets aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.



II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no competencia

La cláusula 5.5 del acuerdo de compraventa de 11 de agosto de 2005 establece que durante un período de [no superior a tres años] desde la fecha de cierre la vendedora y las sociedades por ella controladas se comprometen a no competir, directamente o indirectamente, sin el previo consentimiento de la adquirente, con las actividades del negocio adquirido.

II.2. Cláusula de no captación

La cláusula 5.4 del citado acuerdo de compraventa dispone que durante un periodo de [no superior a tres años], sin el previo consentimiento del comprador, la vendedora y las empresas bajo su control no realizarán ofertas, contratarán ni conservarán como empleados, contratistas independientes o consultores a ninguna persona empleada por las sociedades adquiridas.

II.3. Cláusula de confidencialidad

La cláusula 5.6 del acuerdo establece que en todo momento desde la fecha de cierre, los vendedores considerarán estrictamente confidencial y no revelarán a terceros ni utilizarán para su propio beneficio toda información privada relativa a los compradores y la actividad del negocio adquirido.

II.4. 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 misma 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 (2001/C188/03), se considera que en el presente caso el contenido y la duración de las cláusulas de no competencia y no captación no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada y no es preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

Por lo que respecta al acuerdo de confidencialidad previsto en la cláusula 5.6 del acuerdo suscrito entre las partes, este Servicio considera que el plazo razonable para considerar dicho acuerdo como directamente vinculado y necesario para la realización de la operación notificada es, de acuerdo con la citada Comunicación de la Comisión, de tres años. En consecuencia, dicho acuerdo de confidencialidad, en cuanto exceda el plazo de tres años, se considera como parte no integrante de la operación, estando sujeto a la normativa aplicable a los acuerdos entre empresas.

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

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 139/2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su artículo 1.

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



IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. Adquirente: HEWLETT-PACKARD COMPANY (HP)

HP es una sociedad estadounidense, cabecera del Grupo del mismo nombre, cuyas acciones cotizan en la Bolsa de Nueva York y que, de acuerdo con la notificante, no está controlada por ninguna persona física o jurídica.

El grupo HP es un proveedor global de productos, soluciones y servicios informáticos y tecnológicos orientados a consumidores individuales y empresas. Su oferta abarca un amplio rango de equipos de información y almacenamiento de datos, comercialización de ordenadores personales y otros equipos informáticos, servicios multi-venta (incluyendo servicios de mantenimiento, consultoría e integración de sistemas), servicios de “outsourcing” y servicios de impresión.

HP tiene las siguientes filiales en España: Hewlett-Packard CRS, S.L.; Hewlett-Packard Holding Iberia, S.L., Hewlett-Packard Equity Spain ETVE, S.L.; Synstar Computer Services, S.L., Hewlett-Packard Internacional Bank Plc. (sucursal en España) y Hewlett-Packard Española, S.L.

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

| VOLUMEN DE VENTAS DE HEWLETT-PACKARD (en millones de euros) | | | |
|--|---------------------|--------|--------|
| | 2002 | 2003 | 2004 |
| España | [>60] | [>60] | [>60] |
| Unión Europea | [>250] | [>250] | [>250] |
| Mundial | 61.183 ² | 66.461 | 65.325 |

Fuente: Notificación

² Excluyendo Compaq

IV.2. Negocio adquirido: negocio de impresoras industriales digitales de gran formato de SCITEX VISION LTD (SCITEX VISION)

SCITEX VISION es una sociedad israelí controlada por SCITEX CORPORATION LTD., que posee el [...] % de sus acciones.

SCITEX VISION es la matriz de un grupo de empresas que se dedican al desarrollo, fabricación y venta de equipos de impresión digital de gran formato y sus consumibles, destinados a una amplia gama de aplicaciones industriales de impresión, que incluyen artes gráficas, envases y materiales textiles³. SCITEX VISION controla diversas empresas en todo el mundo. En particular, en España Scitex Vision está presente a través de su filial Scitex Vision Iberia.

³ En todo caso, la vendedora conservará sus empresas dedicadas a la prestación de servicios de impresión digital en la industria de baldosas cerámicas y productos textiles.



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

| VOLUMEN DE VENTAS DE SCITEX VISION (en millones de euros) | | | |
|--|--------|--------|--------|
| | 2002 | 2003 | 2004 |
| España | [<60] | [<60] | [<60] |
| Unión Europea | [<250] | [<250] | [<250] |
| Mundial | 59 | 91 | 103 |

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

La empresa adquirida se dedica a la producción y comercialización de equipos de impresión digital de gran formato para usos industriales, actividad en la que también opera la adquirente.

La notificante propone una delimitación inicial de los mercados basada en la clasificación de impresoras para la industria por formato o anchura de impresión⁴ y por tecnología analógica o digital.

- De acuerdo con la notificante, cabe diferenciar cinco formatos de impresoras por anchura de impresión, que van desde las 24 pulgadas hasta más de 71 pulgadas.

Las impresoras industriales fabricadas por las partes corresponden a los dos grupos de mayor anchura: el formato ancho de entre 45 y 71 pulgadas (1,1-1,8 metros) y el "super-ancho" (mas de 71 pulgadas/1,8 metros).

De acuerdo con la notificante, ambos grupos de productos constituyen mercados distintos, ya que no tienen sustituibilidad posible tanto desde la oferta como desde la demanda.

- En relación con la tecnología, la notificante señala que el 17% de las aplicaciones en formato ancho se imprimen utilizando tecnología digital y el 83% restante emplea tecnología analógica (por ejemplo, tecnologías "Offset" o de "Impresión por Pantalla"). Ninguna de las partes produce impresoras analógicas. La notificante señala que hay un cierto grado de sustituibilidad, no completa, entre las impresoras analógicas y digitales en los formatos ancho y súper-ancho.

En todo caso, dadas las actividades de las partes, si, como propone la notificante, se definen mercados únicamente de impresoras digitales las cuotas resultantes serán siempre superiores a las registradas en delimitaciones de mercado que también comprendan las analógicas.

⁴ Delimitación adoptada por el analista independiente del sector IDC (Internacional Data Group).

Así, en relación con las impresoras industriales digitales de formato ancho y súper-ancho caben las siguientes consideraciones:

- *Impresoras industriales digitales de formato ancho*: ambas partes fabrican impresoras de formato de impresión ancho, aunque la producción de SCITEX VISION en este segmento es marginal.

La notificante apunta que, dentro de este segmento, cabe diferenciar, en función de sus aplicaciones y características, entre:

- *impresoras técnicas*: utilizadas para aplicaciones especiales, como planos técnicos (de ingeniería o arquitectura), en las que la impresora debe producir líneas de gran precisión. La adquirida no produce este tipo de impresoras.
- *impresoras gráficas*: Utilizan distinta tecnología que las anteriores y se destinan a aplicaciones menos especializadas, tales como carteles e impresiones de uso publicitario o artístico, en las que no es necesaria gran precisión de imagen. Ambas partes están presentes en la producción y venta de este tipo de impresoras, si bien la presencia de SCITEX VISION es menor⁵.

Ambos tipos de impresoras industriales de formato ancho, dadas sus diferentes características y aplicaciones, no son sustitutivas desde el punto de vista de la demanda, perteneciendo, por tanto, a mercados de producto diferentes.

La notificante estima que, en todo caso, las impresoras digitales industriales de formato ancho para aplicaciones gráficas que fabrica Scitex Vision tampoco son sustitutivas de las que vende HP por distintas razones:

- *Aplicaciones*: Las impresoras que produce SCITEX VISION son equipos de mayor envergadura, dentro del rango de formato ancho, que las de HP. Se emplean en aplicaciones que requieren generalmente una alta productividad (gran número de impresiones), y producen impresiones destinadas principalmente a espacios exteriores que requieren menor definición de imagen pero mayor durabilidad y resistencia a la intemperie. Las impresoras de HP presentan una mayor calidad y definición de imagen y se destinan a aplicaciones en espacios interiores (por ejemplo, usos publicitarios, artísticos, fotográficos, etc.).
- *Precio*: la más cara de las impresoras de formato ancho de HP cuesta cuatro veces menos que el más barato de los equipos de la gama de SCITEX VISION.
- *Clientes*: los demandantes de impresoras de SCITEX VISION son generalmente grandes empresas de impresión, localizadas en polígonos industriales, que cuentan con equipos de ventilación adecuados al uso de tintas disolventes y grandes superficies para soportar el gran tamaño y peso de este tipo de impresoras. Los demandantes de impresoras de gran formato para uso industrial que produce HP son generalmente empresas localizadas en áreas urbanas que trabajan en espacios de menor dimensión.
- *Tecnología utilizada*: todas las impresoras que fabrica SCITEX VISION utilizan cabezas de impresión de tecnología piezoeléctrica de inyección y de tecnología de tinta disolvente. Las impresoras que fabrica HP utilizan tinta de pigmentos acuosos y cabezas de impresión

⁵ [...].

térmica. Debido a estas diferencias tecnológicas, no hay, según la notificante, sustituibilidad posible respecto de la oferta de estos dos tipos de impresoras. HP estima que el tiempo para comercializar y producir impresoras propias que compitan con las tecnología similar a las de SCITEX VISION podría ascender a varios años.

De esta forma, si se definieran mercados más estrechos dentro de las impresoras digitales de formato ancho para aplicaciones gráficas en función de las aplicaciones, clientes, o tecnología no se produciría adición de cuotas alguna como consecuencia de la operación de concentración. Las partes no estarían presentes simultáneamente en mercados más estrechos definidos en función de los criterios antes citados.

- *Impresoras industriales digitales de formato súper-ancho*: sólo SCITEX VISION produce impresoras digitales industriales de formato “super-ancho” (de más de 71 pulgadas/1,8 metros). De acuerdo con la notificante, no existen en el formato super-ancho aplicaciones de tipo técnico. Todas las impresoras de este formato son, pues, gráficas.

Adicionalmente, SCITEX VISION fabrica componentes para sus impresoras, tales como cabezas de impresión, así como consumibles (tintas y sustratos) de impresoras de formato “super-ancho”. Estos elementos no son intercambiables con los de las impresoras que produce la adquirente. La producción de componentes de SCITEX VISION se destina mayoritariamente a la fabricación de sus propias impresoras, si bien una parte de los mismos se vende a otras empresas. En todo caso, la notificante estima que las ventas de tales componentes y consumibles en España son residuales y que sus cuotas en un hipotético mercado español serían irrelevantes.

A la luz de las consideraciones expuestas, y dada la naturaleza de las partes, este Servicio, en línea con lo propuesto por la notificante, estima como relevantes a los efectos del análisis de la operación notificada los mercados de impresoras digitales industriales para aplicaciones gráficas en formato ancho y súper ancho, sin perjuicio de que, en un futuro, quepan otras segmentaciones.

V.2 Mercado geográfico

El mercado geográfico relevante, según la notificante, es global, o al menos el de dimensión europea.

Los precedentes comunitarios relativos a componentes de equipos de impresión, coinciden en que el ámbito geográfico de estos mercados es al menos europeo, debido principalmente a la inexistencia de barreras administrativas o arancelarias y a la homogeneidad de los precios y condiciones competitivas en los distintos países europeos.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características y estructura de la oferta

El cuadro siguiente refleja las cuotas de las partes y sus principales competidores en España y Europa durante los tres últimos ejercicios en el mercado de impresoras digitales para la



industria de formato "super-ancho":

| MERCADO DE IMPRESORAS DIGITALES INDUSTRIALES EN FORMATO SUPER-ANCHO (> 71") (Cuotas en % en términos de valor) | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| ESPAÑA | | | |
| Empresa | 2002 | 2003 | 2004 |
| SCITEX VISION | [40-50] | [40-50] | [50-60] |
| HP | - | - | - |
| NUR | [10-20] | [20-30] | [20-30] |
| MUTOH | [0-10] | [10-20] | [0-10] |
| VUTEK | - | - | [0-10] |
| OCE | [30-40] | [0-10] | [0-10] |
| MIMAKI | - | - | [0-10] |
| ROLAND | - | [0-10] | - |
| OTROS | 0 | [0-10] | [0-10] |
| EUROPA | | | |
| Empresa | 2002 | 2003 | 2004 |
| SCITEX VISION | [10-20] | [20-30] | [20-30] |
| HP | - | - | - |
| INCA | - | - | [20-30] |
| NUR | [20-30] | [20-30] | [10-20] |
| VUTEK | [20-30] | [20-30] | [10-20] |
| MUTOH | [0-10] | [0-10] | [0-10] |
| ROLAND | 0 | [0-10] | [0-10] |
| DURST LAMBDA | - | - | [0-10] |
| COLORSPAN | 0 | [0-10] | [0-10] |
| OCE | [20-30] | [0-10] | [0-10] |
| OTROS | [0-10] | [0-10] | [0-10] |

Fuente: notificación

De acuerdo con la información disponible, el negocio adquirido es líder del mercado europeo y nacional de impresoras digitales industriales de formato super-ancho. HP no opera en este mercado, de forma que no hay adición de cuotas como consecuencia de la operación.

Así, HP se hace con la cuota de SCITEX VISION del [50-60]% en el ámbito español. Por otra parte, la cuota de la adquirida en el mercado europeo es del [20-30]% seguida de INCA ([20-30]%) y NUR ([10-20]%).

El cuadro siguiente recoge la estructura de la oferta de los mercados español y europeo de impresoras digitales en formato ancho (de 45" a 71").

| MERCADO DE IMPRESORAS DIGITALES GRÁFICAS PARA LA INDUSTRIA EN FORMATO ANCHO (45"- 71") (Cuotas en % en términos de valor) | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| ESPAÑA | | | |
| Empresa | 2002 | 2003 | 2004 |
| HP | [20-30] | [30-40] | [20-30] |
| SCITEX VISION | [10-20] | [0-10] | [0-10] |
| Cuota Conjunta (HP+ Scitex Vision) | [40-50] | [30-40] | [20-30] |
| MUTOH | [30-40] | [20-30] | [30-40] |
| SEIKO INSTRUMENTS INC. | - | - | [10-20] |



| MERCADO DE IMPRESORAS DIGITALES GRÁFICAS PARA LA INDUSTRIA EN FORMATO ANCHO (45"-71") (Cuotas en % en términos de valor) | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| ESPAÑA | | | |
| Empresa | 2002 | 2003 | 2004 |
| ROLAND | [0-10] | [10-20] | [10-20] |
| AGFA | [0-10] | [10-20] | [0-10] |
| MIMAKI | - | - | [0-10] |
| KODAK (ENCAD) | [0-10] | [0-10] | [0-10] |
| NUR | [0-10] | [0-10] | - |
| OTROS | [0-10] | [0-10] | [0-10] |
| EUROPA | | | |
| Empresa | 2002 | 2003 | 2004 |
| HP | [10-20] | [10-20] | [10-20] |
| SCITEX VISION | [10-20] | [0-10] | [0-10] |
| Cuota Conjunta (HP+ Scitex Vision) | [20-30] | [20-30] | [10-20] |
| MUTOH | [20-30] | [20-30] | [20-30] |
| ROLAND | [10-20] | [10-20] | [10-20] |
| SEIKO INSTRUMENTS INC. | - | - | [10-20] |
| AGFA | [0-10] | [10-20] | [0-10] |
| MIMAKI | [0-10] | [0-10] | [0-10] |
| DURST LAMBDA | - | - | [0-10] |
| ZUND | - | - | [0-10] |
| KODAK (ENCAD) | [10-20] | [0-10] | [0-10] |
| OTROS | [10-20] | [0-10] | [0-10] |

Fuente: notificación

De acuerdo con las cifras anteriores, la cuota conjunta de las partes en el mercado español de impresoras digitales industriales para aplicaciones gráficas de formato ancho (45"-71") no supera el [20-30]%, con una pequeña adición del [0-10]% correspondiente a la adquirida. HP es el segundo operador en España por detrás del líder MUTOH ([30-40]%).

En el mercado europeo la posición de la adquirente es mucho menos relevante ([10-20]%) y la cuota conjunta resultante alcanza el [10-20]%, por detrás de MUTOH ([20-30]%) y en pie de igualdad con ROLAND ([10-20]%) y SEIKO INSTRUMENTS ([10-20]%).

VI.2.- Estructura de la demanda

Los demandantes de impresoras digitales industriales en formato ancho y super-ancho son proveedores de servicios de impresión o PSPs (*print services providers*). Se trata de impresores profesionales proveedores de los clientes finales en los distintos sectores industriales.

Los PSPs demandantes de impresoras de formato super-ancho son generalmente grandes empresas de impresión localizadas en polígonos industriales, mientras que los demandantes de impresoras de formato menor, en concreto las de HP, son generalmente pequeños PSPs localizados en áreas urbanas.

Los cinco principales clientes de HP en este tipo de impresoras son [...]. Por su parte los principales clientes de la adquirida son [...].

De acuerdo con la notificante los clientes de impresoras de formato super-ancho, por su naturaleza y pedidos, cuentan con un poder de negociación significativo que influye en la formación de precios.



VI.3.- Distribución, precios y otras condiciones comerciales

SCITEX VISION distribuye el grueso de sus productos en España a través de Sumo Centro Gráfico, una empresa con implantación desde hace años en el sector. [...]. Sumo Centro Gráfico vende los productos de SCITEX VISION directamente a los clientes y cuenta con sus propios servicios post-venta.

HP estructura su distribución en dos escalones: en el primero vende sus productos a una serie de distribuidores/mayoristas ([...]). En un segundo escalón, dichos mayoristas venden a su vez a revendedores que posteriormente venden los productos a los clientes finales. En ocasiones puntuales HP vende directamente a los revendedores.

Los precios de las impresoras de HP oscilan entre [...] y [...] euros en función del modelo y los de SCITEX entre los [...] y [...] euros.

VI.4.- Barreras a la entrada

De acuerdo con la notificante, el mercado de impresoras se caracteriza por la inexistencia de barreras normativas, arancelarias, o de acceso a materias primas. Tampoco es necesario disponer de redes de distribución propias, ya que como en el caso de la adquirida, pueden utilizarse los servicios de empresas independientes que dispongan de sus propias redes de asistencia técnica.

En todo caso, las inversiones en I+D desempeñan, según la notificante, un importante papel en el sector. HP gastó en 2004 aproximadamente [...] en investigación y desarrollo. SCITEX VISION gastó en el mismo ejercicio aproximadamente [...] en dicha actividad.

De acuerdo con la información de la notificante, las barreras tecnológicas para las impresoras en formato ancho (45"-71") son moderadas. Muchas compañías asiáticas emplean cabezas de impresión estandarizadas y pueden fabricar impresoras de formato ancho con una inversión inicial aproximada de [...] euros, lo que ha permitido la entrada de varios de estos operadores en dicho mercado. Por su parte, en el caso del formato súper-ancho la notificante se refiere a la entrada en 2000 del fabricante canadiense Gandi Innovations que ha logrado una presencia significativa en este segmento.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de HEWLETT-PACKARD COMPANY (HP) del control exclusivo sobre el negocio de impresoras digitales industriales de formato amplio de la sociedad SCITEX VISION LTD (SCITEX VISION), mediante la adquisición de la práctica totalidad de sus activos.

El negocio adquirido produce y vende impresoras digitales industriales de formato ancho y súper-ancho. Las ventas de SCITEX VISION en España son modestas: apenas superaron la cifra de [...] euros en 2004. HP, por su parte, no produce impresoras industriales de formato súper-ancho.

Así, como consecuencia de la operación notificada HP asume la posición de liderazgo de SCITEX VISION en el mercado de impresoras de formato "super-ancho" (más de 71 pulgadas), de



ámbito supranacional, sin que se produzca adición alguna de cuotas. En particular, SCITEX registra una cuota del [50-60]% en España y del [20-30]% en Europa.

Adicionalmente, HP ampliará su negocio de impresoras de formato ancho (entre 45” y 71”), en el que SCITEX VISION tiene una pequeña participación ([0-10]% en España y [0-10]% en Europa), resultando en unas cuotas conjuntas del [20-30]% en España y del [10-20]% en Europa.

Además, cabe señalar que las impresoras analógicas, sustitutivas imperfectas de las digitales en ambos formatos, ejercen cierta presión competitiva sobre fabricantes como HP o SCITEX que sólo emplean tecnología digital.

El poder compensatorio de la demanda, de acuerdo con la notificante, es significativo en el mercado de impresoras de formato “super-ancho”. Las impresoras que produce cada una de las partes se dirigen a distinto tipo de clientes: grandes proveedores de servicios de impresión ubicados en polígonos industriales con grandes instalaciones equipadas con los equipos de ventilación necesarios para trabajar con tintas disolventes en el caso de SCITEX y pequeños proveedores de servicios de impresión ubicados en áreas urbanas en el caso de HP.

Por otra parte, dada la cuota de HP y SCITEX VISION en los mercados supranacionales de impresoras de formato ancho y súper-ancho, así como la distinta naturaleza de los clientes a los que van dirigidos las impresoras que fabrica cada una de ellas, no parece previsible que la ampliación y diversificación de la cartera de productos de HP resulte en un reforzamiento de la posición de la adquirente que amenace la dinámica competitiva de los mercados analizados.

Por último, en ambos mercados y, en particular, en el de impresoras de formato ancho, se han registrado entradas de nuevos competidores en los últimos años.

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

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 autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.