



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 05044 ACCO WORLD/GENERAL BINDING

Con fecha 18 de mayo de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la fusión entre ACCO WORLD CORPORATION (AWC) y GENERAL BINDING CORPORATION (GBC).

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

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

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

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 9 de junio de 2005 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 16 de junio de 2005.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **25 de junio de 2005**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la fusión entre ACCO WORLD CORPORATION (AWC) y GENERAL BINDING CORPORATION (GBC).

Con fecha 15 de marzo de 2005, FORTUNE BRANDS (matriz de AWC), AWC y GBC acordaron un Contrato de Distribución de Acciones y un Plan de Fusión por el que:

- En primer lugar, FORTUNE BRANDS se desprenderá de su filial AWC mediante la distribución, mediante prorrata, entre sus propios accionistas de todas sus acciones de AWC.
- A continuación, una filial de AWC procederá a ser absorbida por GBC, siendo GBC la sociedad superviviente de la fusión. Tras esta fusión, GBC quedará como filial al



100% de AWC y esta última pasará a denominarse ACCO BRANDS CORPORATION (ACCO). Paralelamente, se producirá un canje de acciones por el que cada accionista de GBC recibirá una acción de AWC por cada acción de GBC de la que es titular.

De esta forma, en el momento del cierre de la operación, los accionistas de FORTUNE BRANDS detentarán aproximadamente el 66% de ACCO y los accionistas de GBC el 34% restante¹.

El Consejo de Administración de ACCO estará constituido por [...] miembros, incluyendo, en un primer momento, [...] designados por el Consejo de Administración de FORTUNE y [...] nombrados por el Consejo de Administración de GBC.

Los notificantes señalan que ACCO BRANDS no estará controlada por ninguno de sus accionistas ya que no existirá ningún tipo de vínculo estructural o interés común entre los mismos ni pactos que confieran derechos especiales o de veto.

La presente operación ha sido notificada en EE.UU., voluntariamente al Reino Unido y se notificará a Alemania.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

El Contrato y Plan de Fusión incluye una cláusula de no competencia por la que FORTUNE BRANDS se compromete a no dedicarse, salvo con el previo acuerdo escrito de ACCO, a la actividad mercantil realizada por ésta y sus filiales durante un periodo [no superior a cinco años] desde el cierre de la operación

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

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración, se considera que en el presente caso la duración [no superior a cinco años] del pacto de no competencia va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, no considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

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

De acuerdo con el notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su Artículo 1.

¹ LANE INDUSTRIES INC. pasará a ser titular de aproximadamente el [...] % del capital de ACCO y ARIAL CAPITAL MANAGEMENT detendrá aproximadamente el [...] %.

* Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.



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

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. “ACCO WORLD CORPORATION” (AWC)

AWC es una sociedad norteamericana cuya sede central se encuentra en Illinois, EE.UU. Está mayoritariamente participada ([...])% por FORTUNE BRANDS, INC.,

A su vez, FORTUNE BRANDS es una multinacional cuya sede central está domiciliada en EEUU y que cotiza en la Bolsa de Nueva York. Su capital se halla muy repartido entre accionistas que ostentan participaciones, en ningún caso, superiores al [...])%.

Además del negocio de AWC, FORTUNE BRANDS vende productos para el hogar, hardware, vino y licores y equipamiento de golf. Mediante la presente operación, FORTUNE BRANDS dejará de ejercer el control sobre el negocio de material de oficina de AWC.

AWC es la sociedad holding del Grupo ACCO, que opera en el diseño, desarrollo, producción y comercialización de equipos y recambios de oficina, tanto tradicionales como relacionados con la informática, accesorios de ofimática, productos de soporte papel para la organización de agendas, material para presentaciones y productos de etiquetado.

Sus principales marcas en Europa son: Rexel (productos para archivar, grapar, encuadernar y plastificar documentos), Twinlock (productos de archivo), Kensington (accesorios de ordenador) y Nobo (productos para presentaciones).

AWC posee una planta de producción en la República Checa y cuatro en el Reino Unido. Al igual que GBC, AWC también se aprovisiona de terceros, especialmente en Asia, fundamentalmente de recambios y equipos para oficina de gama baja.

En Europa, AWC tiene filiales en el Reino Unido, Irlanda, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Polonia y Hungría. En España, tiene una oficina-sucursal de comercialización, ACCO Ibérica, si bien las ventas de la compañía en España se gestionan principalmente a través de la filial francesa, ACCO FRANCE, SAS.

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

Volumen de ventas del Grupo AWC (Millones euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación



IV.2 “GENERAL BINDING CORPORATION” (GBC)

GBC es una empresa norteamericana que cotiza en la Bolsa de Nueva York. Su principal accionista², con el [...] % de las acciones y el [...] % de los derechos de voto, es la norteamericana LANE INDUSTRIES, INC., cuya actividad al margen de GBC se centra en hostelería y multipropiedad.

GBC vende equipos para oficina en España a través de su división europea, con sede en Hoeilaart, Bélgica. Su gama de productos incluye equipos de perforación y encuadernación y recambios, máquinas plastificadoras y recambios, pizarras y caballetes para conferencias, destructoras de documentos, cizallas y calculadoras.

La división europea de GBC cuenta con centros de producción en Portugal, Alemania e Irlanda. Sin embargo, GBC también se suministra en China, Corea del Sur, y otros países de Asia y Latinoamérica. Sus principales marcas son Quartet e Ibico. Sus ventas en España se realizan a través de un equipo local de ventas.

La facturación del Grupo GBC en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001³, es la siguiente:

Volumen de ventas de GBC (Millones euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El sector en el que se enmarca la presente operación es el de material para oficina y en concreto, los equipos y recambios de encuadernación para hogar/oficina, los equipos y recambios de plastificado para hogar/oficina, destructoras de documentos y pizarras/caballetes para conferencias. GBC también está presente en España en otras áreas de producto en las que no opera AWC (cizallas, guillotinas y calculadoras), si bien con ventas limitadas⁴.

² El segundo accionista más importante de GBC es ARIAL CAPITAL MANAGEMENT con un [...] % de las acciones de GBC, sociedad norteamericana dedicada a la gestión de fondos de inversión. El resto del capital de GBC está distribuido entre accionistas minoritarios.

³ Se tiene en cuenta el volumen de ventas de LANE INDUSTRIES, entidad que controla en la actualidad GBC. Sin embargo, LANE INDUSTRIES no ha tenido ningún volumen de negocios durante los años 2002, 2003 y 2004 en la UE, salvo a través de su filial GBC.

⁴ La presencia de GBC en España en estos mercados es muy limitada (ventas de calculadoras en 2004: [...]€ y cizallas y guillotinas [...]€).



En los ámbitos de equipos y recambios para encuadernación y para plastificado, los notificantes indican que ni AWC ni GBC venden en España al segmento de grandes usuarios comerciales (empresas de fotocopia o impresión, incluidas imprentas industriales de mayores dimensiones). Las partes únicamente están presentes en el segmento hogar/oficina. En otros estados de la UE, GBC está activo en ambos segmentos mientras que AWC continúa operando sólo en el de hogar/oficina.

Sin embargo, los notificantes no consideran que se trate de mercados distintos ya que su distinción se basa en gran medida en el canal de distribución de los productos, más que en sus propias características técnicas. En efecto, los productos orientados al segmento comercial se venden a través de minoristas como distribuidores de máquinas de oficina o de equipos de impresión o directamente a consumidores finales, mientras que los productos orientados al segmento hogar/oficina se venden a ciertos minoristas (como supermercados y grandes superficies de equipos para oficina, papelerías, etc), a mayoristas o a centrales de compra que agrupan el aprovisionamiento de distintos minoristas.

Además, los notificantes indican que los suministradores de productos del segmento de hogar/oficina pueden pasar a vender en cualquier momento productos de la gama comercial y viceversa, dada la elevada sustituibilidad por el lado de la demanda entre unos productos y otros.

En cualquier caso, los notificantes aportan datos bajo la definición más estrecha que, dentro del segmento hogar/oficina, diferencia entre equipos y recambios tanto para encuadernación como para plastificado.

En consecuencia, este SDC considerará como relevantes, a los efectos del análisis de la presente operación, los mercados de equipos y recambios para hogar/oficina, tanto de encuadernación como de plastificado, sin perjuicio de que quepan definiciones más amplias de tales mercados. Adicionalmente, dadas las actividades de las partes, este Servicio analizará los mercados de destructoras de documentos y de pizarras/caballetes para conferencias.

V. 2. Mercado geográfico

Los notificantes consideran que el ámbito geográfico de los mercados descritos es, al menos, de dimensión europea.

En efecto, la mayoría de los fabricantes de tales productos vende en todo el territorio de la UE. Los principales operadores del sector son de naturaleza internacional o paneuropea como ESSELTE/LEITZ, FELLOWES/LAMIREL y las propias partes de la operación. Estas últimas también compran equipos en China, Corea del Sur y otros países de Asia. Adicionalmente, la demanda incluye importantes mayoristas, papelerías, grandes cadenas de distribución o centrales de compra de minoristas cada vez más activos en el ámbito supranacional.

Las características de dichos productos no varían sustancialmente en Europa, si bien algunos aparatos electrónicos requieren pequeños ajustes para adaptarlos a las reglamentaciones nacionales. Sin embargo, la notificante estima que tales adaptaciones no interfieren en el diseño de su funcionamiento, por lo que se venden en condiciones homogéneas en toda la UE.



En cualquier caso, a los efectos del sistema español de control de concentraciones, este Servicio analizará los efectos de la operación notificada en el territorio nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Estructura de la oferta

De acuerdo con las estimaciones facilitadas por las partes, la estructura en el mercado español de equipos de encuadernación para hogar/oficina es la siguiente:

Mercado español de Equipos de encuadernación para Hogar/Oficina 2004		
	Euros	Cuota en %
GBC	[...]	[30-40]
ACCO	[...]	[0-10]
GBC + ACCO	[...]	[30-40]
YOSAN	[...]	[20-30]
FELLOWES	[...]	[10-20]
ESSELTE	[...]	[0-10]
MUSTANG	[...]	[0-10]
OTROS ⁵	[...]	[20-30]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificantes

La cuota conjunta de las partes en el mercado de equipos de encuadernación para Hogar/Oficina asciende al [30-40]%, del que [<10] puntos corresponden a ACCO.

Por su parte, la estructura del mercado español de recambios para tales equipos se recoge en el cuadro siguiente:

Mercado español de Recambios de encuadernación para Hogar/Oficina 2004		
	Euros	Cuota %
GBC	[...]	[20-30]
ACCO	[...]	[0-10]
GBC + ACCO	[...]	[20-30]
YOSAN	[...]	[20-30]
FELLOWES	[...]	[10-20]
PEACH	[...]	[0-10]
ESSELTE	[...]	[0-10]
DOMINGO FERRER	[...]	[0-10]
OWN LABEL	[...]	[0-10]
OTROS ⁶	[...]	[20-30]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificante

En este caso la cuota de la entidad resultante se mantiene prácticamente invariable, dada la escasa presencia de ACCO.

El mercado español de equipos de plastificado para hogar/oficina presenta la siguiente estructura:

⁵ PAVO, PEACH, ATTALUS, RENZ, PRIMA y suministradores asiáticos

⁶ ATTALUS, GRAFOPLAS, RENZ y suministradores asiáticos



Mercado español de Equipos de plastificado para Hogar/Oficina 2004		
	Euros	Cuota %
GBC	[...]	[30-40]
ACCO	[...]	[0-10]
GBC + ACCO	[...]	[30-40]
YOSAN	[...]	[20-30]
FELLOWES	[...]	[10-20]
ESSELTE	[...]	[0-10]
DOMINGO FERRER	[...]	[0-10]
OTROS ⁷	[...]	[10-20]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificante

La cuota combinada de las partes es del [30-40]%, del que apenas [<10] puntos corresponden a ACCO.

Por su parte, la estructura del mercado de recambios para los equipos de plastificado señalados se recoge en el cuadro siguiente:

Mercado español de Recambios de plastificado para Hogar/Oficina 2004		
	Euros	Cuota %
GBC	[...]	[20-30]
ACCO	[...]	[0-10]
GBC + ACCO	[...]	[30-40]
YOSAN	[...]	[20-30]
FELLOWES	[...]	[10-20]
ESSELTE	[...]	[0-10]
PEACH	[...]	[0-10]
DOMINGO FERRER	[...]	[0-10]
OTROS ⁸	[...]	[20-30]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificante

En este caso, la entidad resultante alcanza una cuota del [30-40]% de la que sólo [<10 puntos] corresponde a ACCO.

En cuanto, al mercado español de destructoras de documentos para hogar/oficina, nuevamente la adición de cuotas es reducida ([<10 puntos] correspondiente a ACCO) alcanzando la entidad resultante una cuota del [0-10]% que no modifica la condición de quinto operador que mantenía GBC.

Mercado español de Destructoras de documentos para Hogar/Oficina 2004		
	Euros	Cuota %
GBC	[...]	[0-10]
ACCO	[...]	[0-10]
GBC + ACCO	[...]	[0-10]
INTIMUS	[...]	[30-40]
FELLOWES	[...]	[20-30]
IDEAL	[...]	[10-20]

⁷ PAVO, PEACH, ROYAL SOVEREIGN, ATTALUS, GMP

⁸ ATTALUS, GMP, SSI, ROYAL SOVEREIGN y asiáticos (China)



DAHLE	[...]	[10-20]
OTROS ⁹	[...]	[10-20]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificante

Por último, en el mercado español de de pizarras/caballetes de conferencias para hogar/oficina la cuota conjunta de las partes no supera el [0-10]%, muy por detrás de los principales operadores.

Mercado español de Pizarras/Caballetes de conferencias para Hogar/Oficina 2004		
	Euros	Cuota %
GBC	[...]	[0-10]
ACCO	[...]	[0-10]
GBC + ACCO	[...]	[0-10]
PLANNING	[...]	[30-40]
FAIBO-FAJEDA	[...]	[20-30]
BISILQUE	[...]	[10-20]
ROCADA	[...]	[10-20]
OTROS ¹⁰	[...]	[20-30]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificante

En general, los mercados analizados se caracterizan por la existencia de un conjunto de fabricantes con marcas propias que se enfrenta a la presión creciente que ejercen las marcas blancas comercializadas por los clientes.

Entre los competidores principales de las partes en equipos y recambios de encuadernación, figuran FELLOWES/LAMIREL y LEITZ/ESSELTE, dos suministradores de ámbito internacional con una posición consolidada que ofrecen una amplia variedad de productos de oficina. Los fabricantes españoles DOMINGO FERRER, MUSTANG y YOSAN también constituyen competidores significativos.

Por su parte, PAVO (Holanda) y PEACH (Suiza) son dos suministradores más pequeños especializados principalmente en equipos y recambios de encuadernación y plastificado en el segmento hogar/oficina. De acuerdo con los notificantes, estos dos operadores entraron en el mercado hace aproximadamente cinco años y han logrado posicionarse rápidamente en Europa como una alternativa competitiva creíble por medio de una estrategia agresiva en precios.

En equipos y recambios para plastificar operan, además de las empresas mencionadas, otras como GMP, suministrador coreano de material de oficina¹¹, ROYAL SOVEREIGN, fabricante chino, la multinacional 3M y BROTHER, grandes suministradores de muy variados productos de oficina.

Por último, los notificantes indican que existe un exceso de capacidad de producción en el sector, por lo que sería fácil reaccionar ante un aumento de los precios por parte de la competencia¹².

⁹ HSM, KOBRA, BLS, GEHA, EBA, YOSAN

¹⁰ Legamaster, Ormalan y otros fabricantes locales

¹¹ GBC tiene el [...] % del capital de GMP.

¹² Según los notificantes, las plantas de producción de las partes funcionan al [...] % de su capacidad.



VI.2.- Estructura de la demanda

Según los notificantes, sus clientes son papelerías, mayoristas, centrales de compra de minoristas y grandes cadenas de distribución, que cuentan con un poder de compra significativo.

De acuerdo con las partes, los clientes suelen adquirir varios tipos de producto del mismo proveedor y en varios países, por lo que, en caso de incremento del precio en un producto por parte de un suministrador, podrían cambiar de proveedor no sólo para ese producto sino para toda la gama.

Además, en muchos casos los grandes clientes adquieren sus productos mediante la convocatoria de concursos celebrados anualmente o cada dos años a los que acuden cuatro o cinco competidores. En los últimos años se ha invitado de manera regular a fabricantes asiáticos/chinos con capacidad suficiente. Así, los suministradores que hacen la mejor oferta ganan un contrato de suministro a precio fijo por un periodo de uno o más años. Los contratos pueden ser exclusivos pero normalmente los clientes prefieren mantener una fuente alternativa de suministro.

En España, los cinco principales clientes de GBC en el segmento hogar/oficina representan un [...] % del total de ventas de la compañía en este segmento. En el caso de AWC, los cinco primeros clientes representan aproximadamente el [...] % del total de ventas netas de la compañía.

En los últimos años se han producido varias concentraciones¹³ entre demandantes de estos productos en España y en Europa, que han resultado en un mayor poder de negociación. Adicionalmente, es frecuente que los clientes minoristas de menor dimensión aumenten su poder de negociación adhiriéndose a una de las numerosas centrales de compra que operan en España. Algunos de estos grupos están adquiriendo una estructura de dimensión europea o incluso mundial como es el caso del consorcio mundial de centrales de compra de material para oficina denominado "Business Products Group International".

VI.3.- Fijación de precios y distribución

El mercado de equipos y recambios de encuadernación así como los equipos y recambios de plastificado para hogar/oficina soporta cada vez una mayor presión competitiva por parte de los competidores asiáticos. Esto explica que los precios hayan disminuido significativamente en los últimos años mientras que el volumen del mercado continúa creciendo.

La distribución de estos productos a nivel local se garantiza por medio de un número reducido de distribuidores. Así, por ejemplo, la fuerza de ventas de GBC en España está compuesta por [...].

AWC, por su parte, compañía tiene un distribuidor local en España (FADE) que suministra a pequeños clientes locales. Los clientes más importantes se suministran directamente de AWC, normalmente sobre la base de contratos negociados a nivel europeo.

¹³ Caso COMP/M.3108 OFFICE DEPOT/GUILBERT; Caso COMP/M.2965 STAPLES/GUILBERT; COMP/M.1653 BURHMANN/CORPORATE EXPRESS y COMP/M.2286 BUHRMANN/SAMAS OFFICE SUPPLIES.



VI.4.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

En Europa, los productos de marca blanca representan en la actualidad el [0-10]% del total de ventas, en particular, en productos de encuadernación o plastificado. En España, este porcentaje no supera todavía el [0-10]%. Sin embargo, los notificantes estiman que los demandantes recurrirán de manera creciente a la distribución de marcas blancas en línea con la tendencia europea. De hecho, clientes como Antalis, Kalamazoo, Offiservice, Spicers, Makropaper, Disnak, etc, ya comercializan productos de marca blanca en España.

Esta circunstancia se ve favorecida por el hecho de que, especialmente en el segmento de hogar/oficina, las características técnicas de los productos se han homogeneizado. Su producción no exige un know-how significativo y los limitados derechos de patente que mantienen las partes no suponen una ventaja tecnológica significativa frente a los productos de los competidores, de acuerdo con las mismas.

Además, la marca y la imagen de marca no juegan un papel destacado en la venta de estos productos. Esto se refleja en el éxito creciente de productos de marca blanca.

Los productos de referencia tienen un proceso de producción sencillo. Ni siquiera es imprescindible tener un propio centro productivo ya que la producción puede externalizarse en otros fabricantes situados en países de bajo coste de mano de obra. Este es el caso del suministrador suizo PEACH, empresa constituida hace aproximadamente cinco años, que adquiere toda o gran parte de su producción de fabricantes ubicados en China.

Asimismo, los fabricantes de otros productos tales como impresoras, fotocopiadoras, accesorios de ordenador, etc. constituyen competidores potenciales por la facilidad que supone acceder a los mercados analizados, en particular si, como es el caso, ya cuentan con una red de distribución propia.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación analizada consiste en la fusión entre ACCO WORLD CORPORATION (AWC) y GENERAL BINDING CORPORATION (GBC).

La entidad resultante de la operación sólo contará con cuotas superiores al [10-20]% en los mercados de equipos y recambios para encuadernación y para plastificado dirigido al segmento de hogar/oficina.

Sin embargo la presencia de ACCO en España es limitada. Sus ventas ascendieron a [...] millones de euros. En particular, su presencia en los mercados de recambios en España es residual.

De esta forma, como consecuencia de la operación, la entidad resultante asume la posición de liderazgo de GBC en los mercados de equipos para encuadernación y para plastificado, que se verá ligeramente reforzada por la aportación del negocio de ACCO (con adiciones de cuota no superiores al [0-10]%), arrojando una cuota del [30-40]% en ambos mercados, por delante de la española YOSAN ([20-30]% en equipos para encuadernación y [20-30]% en el de equipos para plastificado).



En todo caso, la entidad resultante de la fusión contará con una gama más amplia de productos que cada una de las partes y, en consecuencia, con una mejor posición competitiva.

Sin embargo, en el sector de material de oficina existen importantes competidores nacionales e internacionales que cuentan también con gamas diversificadas como FELLOWES, ESSELTE, YOSAN, MUSTANG, etc. De acuerdo con los notificantes, existe capacidad de producción ociosa que permitiría rápidamente a los principales operadores beneficiarse de cualquier subida de precio de sus competidores, en mercados en los que no existe gran fidelidad a la marca.

Adicionalmente, el sector está sujeto a la presión competitiva creciente derivada de, entre otros, las marcas blancas y los fabricantes asiáticos, lo que se ha traducido en significativas reducciones de precios en los últimos años.

Además, los notificantes informan de la entrada reciente de nuevos operadores para ilustrar la expugnabilidad de los mercados. En efecto, la distribución de los productos se puede garantizar con una implantación local relativamente modesta.

Por último, el poder de negociación de la demanda es significativo y creciente. Los principales clientes son grandes cadenas de distribución de equipos para oficina, mayoristas, y centrales de compra de minoristas que cuentan con amplio poder de negociación.

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

VIII. PROPUESTA

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