

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C-0677/15 IBERLECHE/CAPSA

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 14 de julio de 2015 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de IBERLECHE, SL (controlada íntegramente por LECHE CELTA, SL) del control exclusivo del negocio de productos lácteos de marca del distribuidor (MDD) de CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, SA. (CAPSA).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por IBERLECHE, SL según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en la letra b) artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) El artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (4) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **14 de agosto de 2015**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (6) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (7) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (8) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.b) de la misma.

III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (9) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de IBERLECHE (controlada íntegramente por LECHE CELTA, S.L.) del control exclusivo del negocio de productos lácteos de marca del distribuidor (MDD) de CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A. (CAPSA).
- (10) El negocio adquirido por IBERLECHE incluye: i) la cartera de clientes¹ a los que CAPSA suministra MDD, incluidos [...]²; ii) un trabajador comercial y iii) licencia de uso exclusivo de la marca “Lagisa” por 10 años.
- (11) La operación se instrumenta mediante un aumento de capital social en IBERLECHE, que será totalmente asumido por CAPSA mediante una aportación no dineraria consistente en los activos del negocio MDD de CAPSA. Como consecuencia de ello, CAPSA tendrá el 34% del capital social de IBERLECHE y el restante 66% será propiedad de LECHE CELTA. No obstante, LECHE CELTA mantendrá el control exclusivo de IBERLECHE³.
- (12) Asimismo, la operación propuesta incluye un contrato de suministro entre las partes por el que CAPSA fabricará y suministrará en exclusiva para IBERLECHE, de duración mínima [>5 años].
- (13) Los términos de la operación se recogen en un Acuerdo Marco de Transmisión Rama de Negocio MDD firmado por las partes en fecha de 8 de julio de 2015.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (14) La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Acuerdo Marco de Transmisión de Rama de Negocio MDD. Como Anexo II figura un Contrato de Suministro. Asimismo, han acordado una cláusula de no competencia.

I. Contrato de Suministro

- (15) Las partes acuerdan que CAPSA fabricará y suministrará en exclusiva para IBERLECHE (LECHE CELTA), producto lácteo MDD de las características, cantidades, calidades y marcas que se indicarán en el citado Contrato.
- (16) El Contrato tendrá una duración mínima obligatoria de [>5 años] a contar desde la firma del mismo. Llegada la fecha de vencimiento, el mismo se prorrogará por periodos de [...] años de no mediar denuncia expresa, efectuada por cualquiera de las partes, notificada fehacientemente con tres meses de antelación a la fecha de vencimiento de cada prórroga.

¹ [...] Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

² [...].

³ LECHE CELTA nombrará a la mayoría de los miembros del Consejo de Administración y dirigirá de forma exclusiva la política estratégica y comercial determinando el presupuesto anual, la estrategia comercial, el plan de negocios etc. CAPSA carecerá de derecho de veto.

- (17) IBERLECHE (LECHE CELTA) determinará las cantidades de productos lácteos MDD que deberán ser fabricados por CAPSA para la posterior comercialización por parte de IBERLECHE de entre el catálogo de productos puestos a disposición de IBERLECHE por parte de CAPSA recogido en el ANEXO I del citado contrato.
- (18) Sin perjuicio de lo anterior, IBERLECHE, como contraprestación de la cesión del negocio de productos lácteos MDD de CAPSA, se compromete a adquirir un volumen mínimo de [...] litros/kilos por año de productos del referido catálogo recogido en el ANEXO I al Contrato.
- (19) Los precios de cada producto objeto de fabricación y suministro se negociarán y se determinarán de mutuo acuerdo entre las partes en cada operación o pedido, en base a los precios de partida que se detallan en el catálogo de productos recogido en el citado ANEXO I.

II. Cláusula de no competencia

- (20) Como resultado de la operación y del resto de compromisos, las partes acuerdan que CAPSA cesa en la comercialización de producto lácteo MDD durante [>3 años].

III. Valoración

- (21) 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”*.
- (22) Asimismo, de acuerdo con lo establecido en el párrafo 32 y siguientes de 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), teniendo en cuenta que la transferencia de activos de una empresa podría causar interrupciones en los vínculos existentes de compra y suministro, con frecuencia estos vínculos han de ser mantenidos durante un período transitorio para garantizar la compra y suministro de los productos necesarios para la continuidad del negocio adquirido.
- (23) El notificante indica que el plazo mínimo de [>5 años] del Contrato de Suministro está justificado por ser parte integrante estructural de la operación y necesario para garantizar las necesidades de abastecimiento de IBERLECHE y, a su vez, la ocupación de las plantas de CAPSA y determinados ingresos garantizados para ésta.
- (24) Sin embargo, conforme a dicha Comunicación, la duración de las obligaciones de compra y suministro ha de limitarse al tiempo necesario para sustituir la relación de dependencia por una situación de autonomía en el mercado. Por lo tanto, las obligaciones de compra o suministro que garanticen las cantidades anteriormente suministradas pueden estar justificadas durante un período transitorio de 5 años como máximo.

- (25) Además, añade la citada Comunicación que las obligaciones que establezcan la exclusividad, como ocurre en el presente caso, no son necesarias para la realización de la concentración.
- (26) Finalmente, debe tenerse en cuenta, en particular, que se trata de un vínculo contractual de largo plazo entre dos empresas que a su vez compiten en el mercado de productos lácteos con marca del fabricante (MDF).
- (27) A su vez, la citada Comunicación considera que las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas por un máximo de tres años, cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y los conocimientos técnicos, y han de limitarse a los productos y servicios en el ámbito geográfico que constituya la actividad económica de la empresa traspasada.
- (28) En consecuencia, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la citada Comunicación de la Comisión, se considera que tanto los plazos (en lo que exceda de cinco años) como el contenido del Contrato de Suministro así como la cláusula de no competencia en lo que exceda de tres años van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. IBERLECHE, S.L. (IBERLECHE)

- (29) IBERLECHE es una sociedad actualmente controlada íntegramente por LECHE CELTA, S.L. y que fue constituida en 2005. IBERLECHE va a ser la sociedad que concentre la actividad MDD de LECHE CELTA.
- (30) LECHE CELTA es una sociedad dedicada a la fabricación y comercialización de productos lácteos (leche, mantequilla, nata y batidos lácteos y de frutas), perteneciente al grupo agroalimentario portugués LACTOGAL PRODUCTOS ALIMENTARES, SA (LACTOGAL). LECHE CELTA ostenta el 100% sobre LÁCTEOS DE SANTANDER, SA sociedad que se dedica al envasado de leche para su venta así como la fabricación de todo tipo de derivados lácteos.
- (31) La facturación del GRUPO LACTOGAL, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE GRUPO LACTOGAL (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<5.000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

V.2. CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A. (CAPSA)

- (32) CAPSA está controlada por CENTRAL LECHERA ASTURIANA⁴ con una participación del 81,5%.
- (33) CAPSA⁵ centra su actividad en la fabricación y comercialización de leche y una amplia gama de productos lácteos con sus propias marcas del fabricante ("Central Lechera Asturiana", "ATO", "LARSA", etc.) y también bajo MDD.
- (34) La facturación del negocio adquirido MDD de CAPSA en España en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ACTIVOS ARDO (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<5.000]	[<250]	[>60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercado de producto

- (35) El sector económico en el que se enmarca la operación es el de preparación de leche y fabricación de sus derivados (Código NACE C 1051).
- (36) LECHE CELTA es una sociedad dedicada a la fabricación y comercialización de productos lácteos (leche, mantequilla, nata, batidos de leche y frutas), bajo su propia marca "CELTA" y también en el segmento MDD. Por su parte, CAPSA se encuentra activo en la fabricación y venta de leche líquida y otros productos lácteos (mantequilla, nata, batidos, yogures y postres lácteos) con sus propias marcas del fabricante ("Central Lechera Asturiana", "ATO", "LARSA", etc.) y también fabrica y vende leche líquida y otros productos lácteos en el segmento MDD.

⁴ [...].

⁵ A su vez, CAPSA controla directa o indirectamente diversas empresas que actúan en mercados relacionados: VIDRERES LLET, SL (87%) dedicada a la recogida y transformación de leche y fabricación de productos lácteos que solo vende a sociedades del grupo CAPSA, CUEVA DEL MOLÍN (100%) dedicada a la fabricación de quesos, LLET ATO, SL (40%) que comercializa productos lácteos e INASBAL, SL (51%) tenedora de acciones de MENORCA LLET, SL (68,68%) que se dedica a la recogida y transformación de leche y fabricación de productos lácteos.

- (37) Según los precedentes nacionales y comunitarios⁶, se han distinguido el mercado de recogida de leche, el mercado de leche líquida y el mercado de los productos lácteos. Dentro del mercado de leche líquida, los precedentes⁷ han separado dos mercados, el mercado de leche fresca⁸ y el mercado de leche de larga duración que incluye leche esterilizada⁹ y leche UHT¹⁰. Por otra parte, debido a la mejora tecnológica y de inversiones en I+D de las distintas empresas activas en el sector, han aparecido en el mercado “leches de calidad o especiales” que agrupan las leches para la salud: enriquecidas con calcio, sin lactosa, fibra, omega 3 y leches vegetales: de soja, almendra, avena, arroz, etc. Igualmente, los precedentes¹¹ han considerado que las leches infantiles pertenecen a un mercado separado. Asimismo, dentro del mercado de los productos lácteos se han considerado los siguientes segmentos como mercados claramente separados y diferentes¹²: i) mercado de yogures, ii) mercado de postres lácteos, iii) mercado de quesos; iv) mercado de natas, v) mantequillas y v) mercado de leches aromatizadas con sabor a chocolate o frutas, es decir, batidos lácteos. Respecto al mercado de las mantequillas, la Comisión definió un mercado separado para la mantequilla a granel y la mantequilla en pastillas.
- (38) Adicionalmente, estos mercados se han segmentado atendiendo el tipo de cliente al que se venden estos productos: (i) HORECA (sector hotelero, restauración y catering); y (ii) Canal “alimentación” (hipermercados, supermercados, tiendas, etc.). El canal “alimentación” puede segmentarse, a su vez, en función del destino final de los productos en dos submercados: (i) el mercado minorista, de venta a consumidores finales, que incluiría tanto los productos de marca de fabricante

⁶ Caso COMP/M.4344 Lactalis/Nestlé, COMP/M.5046 Friesland Foods/Campina; COMP/M.5875 Lactalis/Puleva Dairy COMP/M.6242 Lactalis/Parmalat; N-04036 JWChilds/Sundor/Euro-Juice; N-50/99 Puleva/Granja Castelló, C-41/99 PULEVA Agroinvest Lácteos; C-0314/10 Orangina Schweppes/Sunny; C-0217/10, LACTALIS/FORLASA; C-0574/14 SCHREIBER/IND.LÁCTEAS CANARIAS

⁷ M.5046 - Friesland/Campina, para. 406-415.

⁸ También denominada leche pasteurizada, que ha de ser consumida en los días inmediatos a su envasado y cuyo único tratamiento es el de eliminar toda la flora patógena mediante un proceso de calentamiento y posterior enfriado. La demanda de este tipo de leche en España es muy reducida, especialmente si se compara con países del norte de Europa

⁹ Leche cruda que ha sido sometida a un proceso de esterilización, ya envasado que consiste en calentar el producto hasta los 110° C., durante veinte minutos, consiguiendo así una destrucción completa de los gérmenes capaces de desarrollarse en la leche. Se comercializa generalmente en botella blanca de plástico. Dura meses a temperatura ambiente si no se expone a la luz.

¹⁰ UHT o *Ultra High Temperature*, que sigue un proceso para la eliminación de los gérmenes basada en un calentamiento entre 135° C y 1501° C, durante un intervalo de tiempo de 2 a 10 segundos. Son de larga duración (hasta seis meses), y se envasan en tetrabrick.

¹⁰ M.5046 - Friesland/Campina, para. 406-415

¹¹ C-0287/10 LACTALIS/SANUTRI; C-0638/15 SCHREIBER/SENOBLE IBÉRICA; COMP/M.4842 - Danone/Numico; COMP/M.4688 - Nestlé/Gerber.

¹² M.5046 - Friesland/Campina, paras. 207, 460, 927 y 1381, M.6119 - Arla/Hansa, para. 20. C-0638/15 SCHREIBER/SENOBLE IBÉRICA

(MDF) como los productos de marca del distribuidor (MDD)¹³, y (ii) el mercado mayorista, de producción y venta a grandes superficies, para su comercialización, bien bajo MDD o bien bajo MDF.

- (39) En atención a la actividad adquirida, se analizarán los mercados de MDD de leche de larga duración, leches especiales, mantequilla en pastillas, yogures y quesos. Si bien el notificante afirma que las partes seguirán siendo competidores activos en la actividad MDF y que ésta no está afectada por la presente operación, se analizará también la presencia de las partes en MDF, en los mercados de leche de larga duración, natas y mantequilla en pastillas ya que resulta relevante para la valoración y dado que IBERLECHE adquiere la marca “Lagisa”. Igualmente se analizará el mercado verticalmente relacionado de aprovisionamiento de leche de vaca cruda.

VI.2. Mercado geográfico

- (40) Como en otros productos del sector de la alimentación, el mercado geográfico tradicionalmente considerado para los productos lácteos ha sido el nacional debido a la existencia de distintos hábitos de consumo entre los EE.MM. y a que los canales de venta, distribución y logística, así como las distintas marcas y contratos de venta son, por lo general, de ámbito nacional.
- (41) No obstante, el notificante indica que en lo que se refiere a la leche líquida, no existiendo restricciones técnicas o legales en la UE que limiten la circulación de este producto, su homogeneización derivada de una normativa agroalimentaria europea, la mayor durabilidad del producto, la eliminación del régimen europeo de cuotas lácteas y la mejora de la eficiencia en la logística del producto, el mercado geográfico relevante puede considerarse de dimensión comunitaria. Añaden que la Comisión Europea, en determinadas decisiones¹⁴, concluyó que el mercado geográfico para la leche de larga duración podía ser más amplio que el nacional, siendo este tipo de leche la base del negocio del Negocio MDD de CAPSA.
- (42) Respecto al mercado de la nata, en la Decisión Lactalis/Puleva Dairy, si bien la Comisión Europea no cerró la definición del mercado geográfico, apuntó que no era superior al nacional en el caso de España.
- (43) En el caso de los yogures, postres lácteos, batidos, mantequilla y quesos, cabe aplicar la misma definición del mercado geográfico.
- (44) Respecto al mercado verticalmente relacionado de aprovisionamiento de leche cruda, los precedentes nacionales sobre el mercado de la recogida de leche cruda han venido considerando esta actividad de carácter regional debido a su carácter altamente perecedero. Sin embargo, en algunas decisiones más recientes, la Comisión Europea ha considerado que el ámbito geográfico del mercado de la

¹³ El notificante señala también la existencia de la leche denominada de “primer precio”, como es el caso de LAGISA, que junto con las MDD son las que se emplean para las promociones de las grandes superficies. En general se trata de un producto de menos calidad y en ocasiones es la marca que se utiliza para dar salida a los stocks generados en la industria, evitando así tener que deshidratar el producto. Según la notificante, el precio de estas marcas es inferior al de la leche de MDF y puede considerarse como incluida dentro del mercado de las MDD.

¹⁴ M.5046 - Friesland/Campina, para. 422 y 1393 y M.6119 - Arla/Hansa, para. 38.

recogida de leche cruda es nacional a la luz de las mejoras efectuadas en las condiciones de transporte y en el acceso a las infraestructuras en los Estados miembros relevantes. En el caso LACTALIS/PULEVA, la Comisión consideró que existían argumentos a favor y en contra de la delimitación nacional del mercado. Por ello, dejó abierta la definición exacta si bien analizó tres posibles escenarios: nacional, infranacional (zonas A, B y C) y regional.

- (45) A la vista de lo anterior, y a efectos de la presente operación, esta Dirección de Competencia estima, en línea con los precedentes comunitarios y nacionales recientes en el sector agroalimentario, que el mercado geográfico es de dimensión nacional.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Estructura de la oferta

- (46) En el sector de la fabricación de leche y productos lácteos en España existen unos 20 fabricantes que compiten con la partes, algunos de ellos reconocidos como Grupo Lactalis Iberia, Calidad Pascual, Grupo Leche Río, COVAP, KaiKu, Feiraco, o Reny Picot. Es frecuente, tal y como indica la notificante, que los competidores elaboren y comercialicen los mismos productos lácteos, dado que los procesos de producción y comercialización son muy similares.
- (47) Las partes únicamente fabrican y comercializan productos elaborados con leche de vaca y no están activas en leche fresca.
- (48) La adquirente, LECHE CELTA, cuenta con cuatro fábricas situadas en La Coruña, Cantabria, Ávila y Lugo, con una utilización efectiva en los últimos años ligeramente superior al [...] % de su potencial. Asimismo, CELTA comercializa en España leche envasada por LACTOGAL en Portugal. Por su parte, CAPSA, cuenta con un total de siete fábricas, tres de ellas multiproducto¹⁵, en Asturias, Lugo y Madrid, dos de leche UHT, en Gerona y Menorca, una de queso en Asturias y otra de yogur y queso, en Pontevedra. Todas ellas están siendo utilizadas al [...] % de su capacidad, o incluso por debajo.
- (49) En el segmento MDD, de acuerdo con el notificante, las diferencias entre competidores se basan esencialmente en precios, por lo que tener una estructura de costes óptima es esencial. Del mismo modo, subraya la capacidad de suministro y de presentar una oferta integral como factores decisivos en la negociación con los distribuidores.

¹⁵ Leche y otros productos lácteos

(50) A continuación se detallan las cuotas de las partes y de sus principales competidores en España en el segmento MDD de leche de larga duración:

Mercado de leche de larga duración MDD en España (cuotas %-valor)			
	2012	2013	2014
LECHE CELTA	[10-20]	[10-20]	[10-20]
Negocio MDD de CAPSA	[0-10]	[0-10]	[0-10] ¹⁶
Cuota conjunta	[20-30]	[20-30]	[20-30]
LACTALIS	[10-20]	[10-20]	[10-20]
LACTEOS LENCE	[0-10]	[0-10]	[0-10]
FEIRACO	[0-10]	[0-10]	[0-10]
CANDIA Y RENY	[0-10]	[0-10]	[0-10]
INTERPROVEEDORES MERCADONA	[40-50]	[40-50]	[40-50]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Notificante

(51) En el resto de mercados MDD donde existe solapamiento, leches especiales, mantequilla en pastillas y yogures las cuotas conjuntas son prácticamente inferiores al 10%:

Mercado de leches especiales MDD en España en 2014 (cuotas %-valor)	
LECHE CELTA	[0-10]
Negocio MDD de CAPSA	[0-10]
Cuota conjunta	[10-20]

Fuente: Notificante. Los datos para LECHE CELTA incluyen MDD y primer precio.

Mercado de mantequilla en pastillas MDD en España en 2014 (cuotas %-valor)	
LECHE CELTA	[0-10]
Negocio MDD de CAPSA	[0-10]
Cuota conjunta	[0-10]

Fuente: Notificante. Los datos para LECHE CELTA incluyen MDD y primer precio.

Mercado de yogures MDD en España en 2014 (cuotas %-valor)	
LECHE CELTA	[0-10]
Negocio MDD de CAPSA	[0-10]
Cuota conjunta	[0-10]

Fuente: Notificante.

(52) En el mercado de quesos, según la notificante, la cuota conjunta de las empresas en ningún caso es superior al 5% en ninguno de los mercados apuntados.

¹⁶ [...].

- (53) A continuación se detallan las cuotas de las partes y de sus principales competidores en España en el segmento MDF de leche de larga duración:

Mercado de leche de larga duración MDF en España (cuotas %-valor)			
	2012	2013	2014
LECHE CELTA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
CAPSA (ASTURIANA)	[30-40]	[30-40]	[30-40]
PASCUAL	[10-20]	[20-30]	[20-30]
LAUKI	[0-10]	[0-10]	[0-10]
PULEVA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
RIO	[0-10]	[0-10]	[0-10]
COVAP	[0-10]	[0-10]	[0-10]
OTROS	[20-30]	[20-30]	[20-30]
TOTAL	100	100	100

Fuente: Notificante

- (54) En el resto de mercados MDF las cuotas de las partes son inferiores al 10% salvo en los mercados de natas y mantequillas, para los que se detallan las cuotas de las partes y de sus principales competidores:

Mercado de natas en MDF en España en 2014 (cuotas %-valor)	
CELTA	[0-10]
ASTURIANA	[30-40]
IDEAL	[0-10]
PRESIDENT	[10-20]
PASCUAL	[10-20]
PULEVA	[0-10]
KNORR	[0-10]
RESTO MDF	[20-30]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

Mercado de mantequillas en MDF en España en 2014 (cuotas %-valor)	
CELTA	[0-10]
ASTURIANA	[20-30]
ARIAS	[10-20]
PRESIDENT	[10-20]
PASCUAL	[0-10]
PULEVA	[0-10]
CADI	[0-10]
RESTO MDF	[30-40]
TOTAL	100

Fuente: Notificante

- (55) La cuota conjunta de las partes en 2014 en el mercado minorista de venta al consumidor final que incluye tanto la MDD como la MDF es del [10-20]% (adición [0-10]%) en leche de larga duración. En leches especiales, la cuota conjunta es del [0-10]% (adición [0-10]%). En yogures y mantequilla en pastillas, la cuota conjunta es inferior al 5%.
- (56) En el mercado verticalmente relacionado de recogida de leche cruda de vaca, están presentes tanto LECHE CELTA como CAPSA con una cuota en 2014 a nivel nacional del [0-10]% LECHE CELTA y [10-20]% CAPSA. A nivel inferior al

nacional, LECHE CELTA tiene una cuota del [0-10]% y CAPSA el [10-20]% en la Zona A¹⁷. En la Zona B¹⁸, LECHE CELTA [...] y la cuota de CAPSA es del [10-20]%. En la Zona C¹⁹, LECHE CELTA [...] y la cuota de CAPSA es mínima, inferior al [0-10]%. La notificante señala que existen importaciones de otros EEMM como Francia, y que es previsible que estas importaciones crezcan al existir excedentes y haber finalizado el régimen europeo de cuotas lácteas.

VII.2. Estructura de la demanda, distribución y precios

- (57) La notificante señala que los principales clientes son empresas de distribución alimentaria con un elevado poder de negociación. En particular, el segmento MDD está ampliamente dominado por MERCADONA, con su régimen de interproveedores, DIA, GRUPO CARREFOUR, GRUPO EROSKI, GRUPO EL CORTE INGLÉS y las centrales de compra IFA y EUROMADI.
- (58) La notificante destaca el elevado poder de negociación de la demanda debido al alto grado de concentración de la distribución comercial y sus importantes medios financieros y logísticos, además de su relevante capacidad de compra.
- (59) El notificante indica que el mercado (tanto de leche líquida como de productos lácteos) se encuentra en una fase de madurez y empezando declive, de hecho la tasa de crecimiento es del [...]%. Sin embargo destaca que el segmento MDD constituye un mercado de crecimiento.
- (60) Igualmente, indica que las preferencias de los clientes se basan en el precio que tiene el producto, la calidad del servicio así como la gama de productos que ofrece cada fabricante, no existiendo una elevada fidelidad a la marca, menos aún en el segmento MDD donde el precio es el factor esencial para la elección por parte de los distribuidores.
- (61) El coste de cambio de proveedor no es elevado en estos mercados dado que la única restricción para los distribuidores que venden leche con su propia MDD es garantizar la seguridad alimentaria y la trazabilidad de la leche comercializada. En este sentido, la duración de los contratos para la fabricación de MDD para la gran distribución es baja, siendo cada vez más frecuentes las subastas mensuales y no existiendo contratos en exclusiva ni de largo plazo. Así la volatilidad es alta.

VII.3. Barreras de entrada y competencia potencial

- (62) De acuerdo con la notificante no existen barreras de entrada significativas de carácter legal o económico de acceso al mercado de fabricación y comercialización de leche líquida y otros derivados lácteos, dado que la materia prima es accesible, y es posible la creación de una red de distribución sin dificultad, más aún para el segmento MDD que tiene centralizada las compras, lo que facilita la gestión logística. Asimismo, indica que no existen barreras que impidan el acceso al mercado de otros operadores con presencia en otros ámbitos geográficos del territorio europeo y con la desaparición del régimen

¹⁷ Galicia, Castilla León, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja.

¹⁸ Cataluña y Aragón

¹⁹ Andalucía, Murcia, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, Castilla La Mancha y Extremadura

européo de las cuotas lácteas es de prever un incremento de las importaciones de productos lácteos, que son fundamentalmente de producto terminado, siendo el coste logístico de transporte a España poco relevante en la formación de precio.

- (63) También señala que no existen dificultades para la entrada en el segmento MDD donde que los gastos de publicidad y promoción no son relevantes.
- (64) De acuerdo con la notificante, en España existe un importante exceso de capacidad productiva instalada. Sin embargo, dada la insuficiente asignación de cuotas lácteas a España dentro de la política agrícola comunitaria, siempre ha habido una demanda superior a la producción²⁰ por lo que ha sido necesario importar. Con la desaparición del régimen europeo de las cuotas lácteas es de prever, de acuerdo con la notificante, un incremento de las importaciones de productos lácteos.
- (65) En este sentido en España hay importación de productos tanto envasados como sin envasar. De hecho, el notificante señala que es habitual que cadenas de distribución alemanas distribuyan en el mercado español leche envasada de origen extranjero con precios muy competitivos.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (66) La operación consiste en la adquisición por parte de IBERLECHE (controlada íntegramente por LECHE CELTA, S.L.) del control exclusivo del negocio de productos lácteos de MDD de CAPSA. Asimismo, IBERLECHE adquiere una licencia de uso exclusivo de la marca “Lagisa” que ha registrado ventas marginales.
- (67) La operación afecta a los mercados de leche de larga duración, leches especiales, quesos, mantequilla en pastillas y yogures para su distribución bajo MDD y en menor medida al mercado de leche de larga duración MDF.
- (68) La operación resultaría en un solapamiento horizontal en el mercado de leche de larga duración bajo MDD del [20-30]% (adición [0-10]%) en valor. Si bien existe solapamiento en otros mercados MDD como el de leches especiales, yogures y mantequilla en pastillas, la cuota conjunta es en todo caso inferior a 10%.
- (69) Con esta operación se estaría reforzando un operador relevante en leche líquida en MDD. No obstante, existen competidores relevantes como LACTALIS y las partes no son competidores inmediatos. Asimismo, según el notificante, hay poder compensador de la demanda, pues existe una concentración elevada y los distribuidores acuden cada vez con mayor frecuencia a subastas mensuales para proveerse, de modo que pueden variar fácilmente de suministrador, sin hacer frente a coste alguno. Adicionalmente, existe capacidad ociosa de acuerdo con la notificante.
- (70) Además, las barreras a la entrada a este sector son bajas ya que la materia prima es accesible, vía compra a ganaderos o vía compra a otras empresas lácteas

²⁰ Según datos del MAGRAMA, una cuota de 6,5 millones de toneladas y un consumo de 9 millones.

- (nacionales o extranjeras). De acuerdo con la notificante la importación de productos lácteos se realiza principalmente en producto terminado, siendo el coste logístico de transporte a España poco relevante en la formación de precio.
- (71) La notificante señala que la fidelidad a la marca no es elevada, especialmente en el segmento MDD, y es posible la creación de una red de distribución sin dificultad ya que puede elegirse la subcontratación (de no querer optarse por equipos propios). Por otra parte, los grandes clientes tienen centralizada la gestión, lo que facilita la gestión logística.
- (72) Por otra parte, como consecuencia de la operación, CAPSA, que continuará compitiendo con LECHE CELTA en el mercado MDF y en el de aprovisionamiento de leche de vaca cruda, pasa a tener una participación del [30-40]% en el capital social de IBERLECHE. Por tanto, es preciso analizar si la operación incrementa el riesgo de efectos coordinados.
- (73) Sin embargo, diversos elementos dificultan la posibilidad de coordinación en los mercados MDF. Las cuotas de CAPSA, que cuenta con marcas renombradas, son en general mucho mayores que las de LECHE CELTA (en leches de larga duración [30-40]% y [0-10]% respectivamente y en natas y mantequillas no está presente LECHE CELTA, siendo las cuotas de CAPSA del [30-40]% en natas; y [20-30]% en mantequilla en pastillas). Asimismo, existen competidores relevantes como LECHE PASCUAL o LACTALIS cuyas cuotas son sin embargo inferiores a las de CAPSA y un elevado número de competidores de menor tamaño. Por otra parte, como se ha indicado, de acuerdo con la notificante existe poder compensador de la demanda y capacidad ociosa. Además, no hay que olvidar que la MDD ha ido desplazando cada vez más a la MDF puesto que los consumidores son poco sensibles a la marca y no existen diferencias significativas en términos de gusto, calidad y embalaje entre MDF y MDD.
- (74) En estas condiciones, no parece que exista un elevado riesgo de que como consecuencia de la operación CAPSA y LECHE CELTA tengan el incentivo y la capacidad para coordinarse y elevar precios de manera sostenida.
- (75) Por último, en cuanto al aprovisionamiento de leche de vaca cruda, teniendo en cuenta por un lado las características del mercado, muy atomizado en el sector productor de leche de vaca cruda, poco transparente con negociaciones bilaterales y por otro, el fin del régimen de cuotas lácteas desde abril de 2015 que, según indica la notificante hace prever un incremento de las importaciones de lácteos, no es esperable que como consecuencia de la operación se incremente el riesgo de efectos coordinados.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en el mercado analizado, por lo que es susceptible de ser **autorizada en primera fase sin compromisos**.

IX. 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 **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se propone que quede fuera de la autorización tanto los plazos (en lo que exceda de cinco años) como el contenido del Contrato de Suministro así como la cláusula de no competencia en lo que exceda de tres años. Todo ello debe quedar sujeto a la normativa sobre acuerdos entre empresas, en la medida en la que dichas restricciones no se consideran accesorias a la operación de concentración.