

C/367/11 LECLERC/ACTIVOS EROSKI

LGV/JCG

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C-0367/11 LECLERC/ACTIVOS EROSKI

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 17 de junio de 2011 tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de UNILEC, S.A. (UNILEC) integrada en el MOVIMIENTO COOPERATIVO E.LECLERC (LECLERC), a través de sus filiales Pinatardis, S.L. (PINATARDIS) y Sofiespa, S.L. (SOFIESPA), a EROSKI, SOCIEDAD COOPERATIVA (EROSKI), del negocio de siete hipermercados en la Comunidad de Madrid [...]¹
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por UNILEC, 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) del 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) Con fecha 1 de julio de 2011, esta Dirección de Investigación requirió a la notificante información necesaria para la resolución del expediente, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 37.2 b) y 55.5 de la LDC. El escrito de contestación tuvo entrada en la CNC el 5 de julio de 2011.
- (4) El artículo 57.2.c) de la LDC establece que el Consejo de la Comisión Nacional de 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.
- (5) Asimismo, el artículo 38.2 de la LDC 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".
- (6) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 22 de julio de 2011, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

¹ Se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (7) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de UNILEC integrada en LECLERC, a través de su filial PINATARDIS² del negocio de siete hipermercados, [...].
- (8) Todos los negocios pertenecen a EROSKI, quien los explota a través de las sociedades de su grupo, Cecosa Hipermercados, S.L. (CECOSA), y Gestión de Hipermercados Caprabo EISA, S.L. (CAPRABO EISA).
- (9) Por otro lado, UNILEC adquirirá, a través de su filial SOFIESPA, los bienes inmuebles afectos a la explotación de los hipermercados [...].
- (10) [...]
- (11) En cuanto a la adquisición de los negocios, inicialmente será PINATARDIS la que adquiera de EROSKI todos los hipermercados. Posteriormente, las denominadas sociedades DIS³ adquirirán cada uno de los hipermercados. Estas sociedades son: VALDEMODIS S.L., la de Valdemoro; PINTODIS S.L., la de Pinto; CARABANDIS, S.L., la de Carabanchel; FUENLABRADIS, S.L., la de Fuenlabrada; VALLECADIS, S.L. la de Vallecas, MAJADADIS, S.L. la de Majadahonda; y ALCOBENDADIS, S.L. la de Alcobendas.
- (12) SOFIESPA, filial de la sociedad de nacionalidad francesa SOFILEC, integrada asimismo en el Movimiento Cooperativo E.LECLERC, adquirirá a EROSKI los inmuebles donde se ubican los hipermercados [...].
- (13) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (14) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas, dado que no se superan los umbrales de notificación de los apartados 2 y 3 del artículo 1 del Reglamento.

² Según la notificante, es intención de UNILEC, socio único de PINATARDIS, S.L., modificar la denominación social de ésta por otra que incluya el término UNILEC ESPAÑA, si bien los trámites necesarios para dicha modificación no se han iniciado todavía,

³ Sociedades que se constituirán expresamente para la gestión y explotación de cada uno de los negocios de los hipermercados de LECLERC, por sendos cooperativistas pertenecientes al MOVIMIENTO COOPERATIVO LECLERC. El 99% del capital de cada sociedad DIS estará controlado por el socio cooperativista (“adherente”) y su cónyuge, a favor de quien LECLERC conferirá, de manera individualizada y exclusiva para uno o varios hipermercados, una autorización de uso de la enseña LECLERC. El 1% restante del capital pertenecerá a UNILEC (0,5%) y a otros miembros de la Cooperativa que apoyan el proyecto del Adherente. Según la notificante, tradicionalmente, la denominación de cada DIS suele identificarse con el lugar geográfico del Hipermercado, por ejemplo, para el hipermercado sito en Vallecas, se empleará la denominación “Vallecadis”.

UNILEC todavía no ha identificado a los socios cooperativistas a los que transmitirá cada una de las DIS que adquirirán el Negocio. Hasta que tal transmisión se produzca, será PINATARDIS, S.L., la propietaria de la totalidad del capital social de cada una de las DIS que adquirirán cada uno de los negocios.

- (15) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales establecidos en el artículo 8.1 b) de la misma.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (16) El contrato de compraventa suscrito por las partes de la operación de concentración incluye en sus secciones 13.1 y 13.2 una cláusula de no competencia y de no captación de personal respectivamente.

IV.1. Cláusula de no competencia

- (17) [...]
- (18) Según el contrato, sin perjuicio del deber de las vendedoras de cumplir con ese compromiso, dicho contrato no constituye una limitación de la política de expansión futura de las partes, de sus respectivas actividades en el formato y ámbito geográfico que éstas consideren oportuno, ni una limitación para que las vendedoras puedan seguir explotando los Centros, cualquiera que sea su formato, que explotan efectivamente a la fecha de firma del contrato.

IV.2. Cláusula de no captación

- (19) [...] recoge un acuerdo de no captación de recursos humanos [...]

IV.3. Valoración

- (20) 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”.
- (21) Teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como 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), se considera que, en el presente caso, la duración de las cláusulas de no competencia y de no captación no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada. Además, en cuanto al ámbito geográfico de las cláusulas, no se consideran parte integrante de las mismas [...] respecto de cada uno de los hipermercados objeto de la operación de concentración.

V. EMPRESAS PARTÍCIPES

V.1 UNILEC S.A. (UNILEC) perteneciente al MOVIMIENTO COOPERATIVO E.LECLERC (LECLERC)

- (22) UNILEC es una sociedad de nacionalidad francesa integrada en LECLERC, a través de la cual se lleva a cabo la expansión internacional de LECLERC, con elevada presencia en la explotación de grandes superficies en formato de hipermercado. Además de operar en Francia, LECLERC cuenta en España con once

establecimientos⁴ bajo la enseña E.Leclerc, de los cuales solo uno se halla ubicado en la Comunidad Autónoma de Madrid, concretamente en la localidad de Aranjuez.

- (23) Los socios de UNILEC son las Centrales Regionales⁵ e indirectamente los Adherentes Independientes de la Red E. LECLERC.
- (24) UNILEC controla el 100% del capital de PINATARDIS e indirectamente las filiales de ésta VALDEMODIS S.L., PINTODIS S.L., CARABANDIS, S.L., FUENLABRADIS, S.L., VALLECADIS, S.L., MAJADADIS, S.L. y ALCOBENDADIS, S.L.
- (25) UNILEC controla el 100% del capital de SOFIESPA.
- (26) A medida que se vayan seleccionando y designando los adherentes de cada proyecto, el 99% de cada filial de PINATARDIS se irá cediendo progresivamente cada uno de los adherentes cooperativistas y sus respectivos cónyuges.
- (27) La facturación de LECLERC en el último ejercicio económico, conforme al art. 5 del Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LECLERC EN 2010(EN MILLONES EUROS)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
>2.500	>250	>60

Fuente: Notificación

V.2. EROSKI SOCIEDAD COOPERATIVA (EROSKI)

- (28) EROSKI es una sociedad española creada en régimen de cooperativa no controlada por ninguna persona física o jurídica, de la que depende un grupo de empresas gestoras de sus distintas ramas de negocio. El grupo está principalmente activo en el sector de la distribución comercial minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio a través de la explotación de grandes y medianas superficies comerciales. También opera en el sector de la distribución mayorista de bienes de consumo diario a través de establecimientos de Cash & Carry.
- (29) Además, el grupo EROSKI realiza otras actividades complementarias, tales como la distribución de carburantes a través de la explotación de estaciones de servicio, así como la gestión de agencias de viajes, tiendas de deportes, perfumerías y tiendas de ocio y cultura.
- (30) Las sociedades del grupo EROSKI que directamente transmitirán los negocios y los inmuebles a PINATARDIS y SOFIESPA son CECOSA y CAPRABO EISA, cuyo capital social está controlado al 100% por EROSKI.

⁴ Trujillo (Cáceres); Pamplona (Navarra); Ciudad Real; Carbajosa de la Sagrada (Salamanca); Trobajo del Camino (León); Soria; Vitoria (Álava); Aranjuez (Madrid); Miranda de Ebro (Burgos); Alcantarilla (Murcia); y Almendralejo (Badajoz).

⁵ Los adherentes del Movimiento Cooperativo E. LECLERC, son personas físicas, empresarios individuales, a los que se les asigna la explotación de un hipermercado, del cual son propietarios. Los adherentes, a su vez, se agrupan en Centrales Regionales, principalmente localizadas por zonas geográficas donde están ubicados.

- (31) El negocio objeto de la adquisición está constituido por siete hipermercados situados en [...] Por otra parte, los bienes inmuebles objeto de la adquisición, [...].
- (32) La facturación de EROSKI en el último ejercicio económico conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE EROSKI EN 2010 (EN MILLONES EUROS)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
>2.500	>250	>60

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercados de producto

- (33) El sector implicado en la presente operación de concentración es el relativo al comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco (Código NACE G-4711).
- (34) En lo que respecta a esta operación, los mercados afectados son el de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio, el de abastecimiento de bienes de consumo diario y el correspondiente a la actividad de estaciones de servicio.
- (35) La actividad de distribución al por menor llevada a cabo por LECLERC y EROSKI 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 superiores a 2.500 m². La venta se realizará sin la intermediación de una persona encargada de servir a los clientes.
- (36) Tanto las autoridades españolas como comunitarias de defensa de la competencia han definido los mercados de productos en los que tanto la adquirida como la adquirente desarrollan su actividad.
- (37) La actividad de distribución minorista 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.
- (38) Tradicionalmente, las autoridades de competencia nacionales⁶ y comunitarias⁷ vienen considerando que el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario

⁶ Entre otros, las Resoluciones de la CNC C-0095/08 y C-0113/08 SABECO/GALERIAS PRIMERO o los Informes del TDC relativos a los expedientes de concentración económica C83/03 CAPRABO/ALCOSTO, C64/01 PÍO

en 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.

- (39) En este sentido, 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 (autoservicios con superficies de venta inferiores a 400 m²), medianas superficies (supermercados con superficies de venta entre 400 m² y 2.500 m²), grandes superficies (hipermercados con una superficie de venta minorista superior a 2.500 m²) y tiendas de descuento.
- (40) En concreto, y en lo que respecta a esta operación, forman parte de este mercado las grandes superficies (hipermercados con una superficie de venta minorista superior a 2.500 m²).
- (41) El mercado del abastecimiento 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.
- (42) Los distribuidores se pueden agrupar a estos efectos en centrales de compra, que constituyen agrupaciones de comerciantes destinadas a convertirse en interlocutores con capacidad de negociación frente a otros operadores del mercado, ya sean proveedores o competidores. Se concibe 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.
- (43) 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, las autoridades comunitarias⁸ vienen considerado que basta con apreciar el poder de compra de las partes en relación con el conjunto de los bienes de consumo diario.
- (44) En lo que respecta a esta operación de concentración, esta Dirección de Investigación considera que el mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario no será objeto de análisis de esta operación debido al pequeño número de supermercados transmitidos, así como pertenecientes a la Red de Hipermercados E.LECLERC en España, lo que se une a la libertad de aprovisionamiento de los hipermercados de la

CORONADO/CEMETRO o C52/00 CARREFOUR/PROMODÉS.

⁷ Entre otros, los casos N°IV/M.946 INTERMARCHÉ/SPAR; N°IV/M.991 PROMODES/CASINO; N°IV/M.1221 REWE/ MEINL.

⁸ Decisión caso IV/M.991 PROMODES/CASINO; Caso IV/M.946 INTERMARCHÉ/SPAR y Caso IV/M.1087 PROMODES/SIMAGO.

Red E. LECLERC a la hora de negociar la compra de sus productos con los proveedores.

- (45) Por otra parte, la operación notificada comprende la adquisición de dos estaciones de servicio en Carabanchel y Pinto que no tendría, según la notificante ningún impacto significativo en el mercado correspondiente, debido a su reducido número, a que ninguna de las dos está en explotación en la actualidad y a que UNILEC no explota en la actualidad ninguna estación de servicio.
- (46) La actividad relativa a las estaciones de servicio es residual y complementaria de la actividad principal realizada por las partes, por lo que esta Dirección de Investigación considera que no será objeto de análisis en la presente operación de concentración⁹.

VI.2. Mercados geográficos

- (47) Como se ha determinado en los precedentes nacionales y comunitarios mencionados anteriormente, el ámbito geográfico del mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio, en el que operan LECLERC y EROSKI, es local.
- (48) Desde el punto de vista del consumidor, la elección de un punto de venta vendrá limitada 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.
- (49) La delimitación exacta del ámbito local del mercado debe realizarse caso por caso, partiendo de aquellos núcleos donde las empresas afectadas actúan y teniendo en cuenta el tipo de superficie de venta a considerar y las características de su entorno.
- (50) 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.
- (51) A estos efectos, se suele delimitar el mercado geográfico relevante en función de isocronas. El extinto Tribunal de Defensa de la Competencia definió la isocrona como una línea imaginaria que une las poblaciones que distan de un centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento. En concreto, se considera que la isocrona es de aproximadamente 15 minutos, en el supuesto de núcleo urbano, llegando hasta aproximadamente 30 minutos para núcleos rurales o residenciales así como cuando no exista ninguna otra gran superficie en el área considerada. Asimismo, resulta clarificador a efectos de determinar la extensión de la isocrona analizar el territorio que cada establecimiento alcanza en su servicio de reparto a domicilio de las compras

⁹ Precedente nacional en la resolución del extinto Tribunal de Defensa de la Competencia N-06016 CARREFOUR/CAPRABO (Activos)

realizadas presencialmente en el establecimiento, pues permite determinar la zona de influencia de cada supermercado.

- (52) Por su parte, el mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario, según los precedentes nacionales y comunitarios mencionados, tiene un ámbito geográfico nacional, ya sea a través de una central de compras o a través del grupo al que pertenecen dichas empresas. Esta Dirección de Investigación considera que no es necesario delimitar de forma precisa el ámbito geográfico del mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario, ya que tanto para LECLERC como para EROSKI constituye una actividad residual y marginal¹⁰.
- (53) En el caso que nos ocupa, y en virtud de la delimitación aceptada por las autoridades nacionales de la competencia¹¹, la notificante considera que el ámbito geográfico relevante para el análisis de la operación es el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en grandes superficies teniendo en cuenta isocronas de 15 minutos.
- (54) De los siete hipermercados objeto de la operación, cinco [...] están ubicados en la zona de Madrid Sur, otro de ellos está ubicado en la zona de Madrid oeste y el último [...] estará ubicado en la zona de Madrid Norte.
- (55) Según la notificante, teniendo en cuenta la ubicación de los Negocios adquiridos y en función de las isocronas de 15 minutos, se pueden distinguir los siguientes mercados geográficos:
- (56) Madrid Sur, que incluye los hipermercados de [...] así como su área de influencia cercana.
- (57) El término municipal de Majadahonda, así como su área de influencia (Madrid oeste), que incluye [...].
- (58) Madrid Norte, que incluye [...], así como su área de influencia.
- (59) Si bien esta Dirección de Investigación no considera necesario establecer una definición precisa de los mercados dado que no existe solapamiento entre las actividades de la distribución minorista de bienes de consumo diario en grandes superficies de la adquirente y de los activos objeto de la transacción de la adquirida, se analizarán las cuotas de mercado tanto a nivel nacional, como de Comunidad Autónoma, y según isocronas de 15 minutos con datos aportados por la notificante.

¹⁰ Según estimación del notificante basada en los datos de Alimarket, las cuotas de mercado de las partes en este mercado a nivel nacional son: UNILEC (pre operación): [0-10%]; GRUPO EROSKI (total): [10-20%]; GRUPO EROSKI (no vendidos): [10-20%]; GRUPO EROSKI (vendidos): [0-10%]. Por lo que en consecuencia, la cuota de mercado de UNILEC tras la operación pasaría a ser del [0-10%].

¹¹ Expediente C 52/00 CARREFOUR/PROMODES; C 0171/09 EROSKI/SABECO

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1 Estructura de la oferta

- (60) Según la notificante¹², las cuotas que presentan LECLERC y los activos de EROSKI adquiridos en el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en grandes superficies de los ámbitos geográficos considerados relevantes a efectos de la operación en el año 2010 son las siguientes:

Ámbito geográfico	LECLERC	Activos adquiridos (Grupo Eroski)	TOTAL
Madrid Sur	0%	[0-10%]	[0-10%]
Madrid Norte	0%	[0-10%]	[0-10%]
Madrid Oeste	0%	[0-10%]	[0-10%]

- (61) A nivel nacional, la cuota de LECLERC tras la ejecución de la compraventa de los activos de EROSKI en el mercado de distribución minorista de bienes de consumo diario en grandes superficies ascendería a [0-10%] en el 2010.
- (62) A nivel autonómico, la cuota de LECLERC tras la ejecución de la compraventa de los activos de EROSKI en el mercado de distribución minorista de bienes de consumo diario en grandes superficies ascendería a [0-10%] en el 2010.
- (63) Según la notificante, el mercado de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio se caracteriza por ser altamente competitivo y con un número relativamente alto de empresas oferentes, existiendo gran multitud de establecimientos, muchos de ellos pertenecientes a importantes grupos de distribución, ya sean multinacionales (como Grupo Carrefour o el Grupo Auchan), nacionales (grupo Mercadona o El Corte Inglés) o regionales.
- (64) Según la notificante, los principales competidores de las partícipes en el mercado de la distribución minorista a nivel local de los mercados geográficos definidos en función de las isocronas, son GRUPO CARREFOUR, MERCADONA, S.A., GRUPO AUCHAN, EL CORTE INGLÉS/HIPERCOR, AHORRAMAS, S.A., e HIPER USERA, S.A.
- (65) La siguiente tabla muestra las cuotas de LECLERC y EROSKI y de sus principales competidores en el mercado de la distribución minorista en los ámbitos geográficos definidos anteriormente a través de isocronas:

¹² La notificante ha calculado las cuotas correspondientes aplicando un coeficiente corrector de 0,50 para las superficies de más de 5.000 m²; de 0,60 para las superficies de entre 2.500 m² y 5.000 m², y de 0,80 para las superficies de más de 1.000 m² para reflejar la parte de estos establecimientos que no se destina a la venta de bienes de consumo diario (alimentación, droguería y perfumería)

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCION MINORISTA EN LOS ÁMBITOS GEOGRÁFICOS AFECTADOS. 2010				
Ámbitos geográficos	LECLERC Cuota (%)	GRUPO EROSKI Cuota (%)	TOTAL Cuota (%)	Principales competidores (%)
ZONA MADRID SUR	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	GRUPO CARREFOUR [20-30%] MERCADONA [10-20%] AHORRAMAS [10-20%] EL CORTE INGLÉS/HIPERCOR [0-10%] GRUPO AUCHAN [0-10%] HIPER USERA S.A. [0-10%]
ZONA MADRID NORTE	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	CARREFOUR [20-30%] GRUPO AUCHAN [10-20%] EL CORTE INGLÉS/HIPERCOR [0-10%] MERCADONA [0-10%] HIPER USERA, S.A. [0-10%]
ZONA MADRID OESTE	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	CARREFOUR [20-30%] EL CORTE INGLES/HIPERCOR [10-20%] MERCADONA [10-20%] AHORRAMAS, S.A. [0-10%]

VII.2 Estructura de la demanda

- (66) La estructura de la demanda en el mercado de distribución minorista de bienes de consumo diario está totalmente fragmentada y atomizada y 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. Además, en este tipo de mercado el volumen de ventas presenta una gran elasticidad frente al precio de ventas.
- (67) Los consumidores residentes en zonas urbanas de difícil acceso en coche buscan establecimientos cercanos que ofrezcan bienes de consumo diario, por lo que normalmente se abastecerán a través de tiendas de proximidad o medianas superficies. Por el contrario, los residentes en zonas periféricas buscan 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.
- (68) No obstante, conviene indicar 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 aprovisionamiento y utilizar las tiendas de proximidad para abastecerse de productos de uso diario.
- (69) En términos generales, el mercado de la distribución minorista absorbe el 50% del mercado del aprovisionamiento, alcanzando en España un porcentaje del 70%, según el extinto TDC¹³.
- (70) Esta demanda, especialmente en el caso de la distribución mayorista, 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 colectivamente a través de centrales de compras, tales como IFA o Euromadi.
- (71) En cuanto a los principales clientes de las partes, la naturaleza de su actividad dirigida a la distribución al por menor de bienes de consumo diario en formato libre servicio conlleva generalmente el desconocimiento de la identidad y entidad de estos clientes.

VII.3 Competencia potencial. Barreras a la entrada.

- (72) Dentro del sector de la distribución comercial, el mercado de la venta minorista de bienes de consumo diario ha sido, tradicionalmente, el que presenta mayores barreras de entrada, básicamente de naturaleza legal y, en concreto, las derivadas de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista sobre la solicitud de licencia comercial específica para la apertura de grandes establecimientos comerciales, competencia delegada a las Comunidades Autónomas.
- (73) La Ley 1/2010, de 1 de marzo, de Reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, modifica la regulación comercial minorista para dar cumplimiento al derecho comunitario¹⁴.

¹³ Exptes C70/02 CAPRABO/ ENACO y C83/03 CAPRABO/ALCOSTO.

¹⁴ Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

- (74) El apartado 1 del artículo 6 de la Ley 7/1996 en su redacción actual, establece que con carácter general, la instalación de establecimientos comerciales no estará sujeta a régimen de autorización comercial. El apartado 4 de este mismo artículo, establece que en todo caso corresponde a las Comunidades Autónomas y a las ciudades de Ceuta y Melilla regular el procedimiento de autorización para la instalación de establecimientos comerciales¹⁵ y determinar la autoridad autonómica o local competente para resolver las solicitudes de autorización.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (75) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte del MOVIMIENTO COOPERATIVO E.LECLERC (LECLERC), de siete hipermercados y dos Estaciones de Servicio situados en la Comunidad de Madrid propiedad de EROSKI, S.COOP (EROSKI).
- (76) La operación no generará adición de cuota en ningún mercado de distribución minorista de bienes de consumo diario en formato libre servicio en grandes superficies dada la ausencia de solapamiento geográfico de las actividades de ambas entidades, ni en el mercado ascendente del abastecimiento de bienes de consumo diario, por lo que no se producirá una modificación de la estructura competitiva de dichos mercados. Únicamente ampliará el ámbito geográfico en el que opera la adquirente a localidades en las que antes no estaba presente.
- (77) 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.

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.

¹⁵ Artículo 2 de la Ley 7/1996, en la redacción dada tras la reforma operada por la Ley 1/2010, establece en su apartado primero que tendrán la consideración de establecimientos comerciales los locales y las construcciones o instalaciones de carácter fijo y permanente, destinados al ejercicio regular de actividades comerciales, ya sea de forma individual o en un espacio colectivo, e independientemente de que se realice de forma continuada o en días o en temporadas determinadas. En su apartado segundo, se establece que quedan incluidos en la definición anterior, los quioscos y en general, las instalaciones de cualquier clase que cumplan la finalidad señalada en la misma, siempre que tengan el carácter de inmuebles de acuerdo con el artículo 334 del Código Civil.