

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C-0694-15 HOPSTEINER/S.A.E.F.L.

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 11 de septiembre de 2015 ha tenido entrada en esta Dirección de Competencia notificación relativa a la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de SIMON H. STEINER, HOPFEN, GmbH (HOPSTEINER) del 80% del capital social de la SOCIEDAD ANONIMA ESPAÑOLA DE FOMENTO DEL LÚPULO (SAEFL), mediante la venta de las mismas por parte de sus actuales propietarios¹, a excepción del 20% correspondiente a la SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACIÓN 6594 – GRUPO DE CULTIVADORES DEL LÚPULO (SAT).
- (2) La operación se ha instrumentado mediante un contrato de compraventa de acciones suscrito en fecha 28 de julio de 2015, quedando supeditada la misma a la autorización por parte de la Comisión de los Mercados y la Competencia (CNMC).
- (3) HOPSTEINER ha suscrito con anterioridad al acuerdo de compraventa de acciones, un "Memorandum de Entendimiento" con los accionistas de la SAEFL que se dedican a la producción y comercialización de cerveza [...]², en el que se reflejan las obligaciones de compra de lúpulo por parte de las industrias cerveceras, con el objeto de garantizar la estabilidad de la producción agrícola del lúpulo español durante el tiempo necesario para que se pueda llevar a cabo una reconversión. [...]
- (4) 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.
- (5) 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".
- (6) Dicha notificación fue realizada por HOPSTEINER, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto

¹ Los accionistas actuales de SAEFL y sus participaciones son las siguientes: HEINEKEN ESPAÑA, S.A. (30,61014%), MAHOU S.A. (27,33710%), S.A. DAMM (11,827246%), JOHN BARTH & SON GmbH & Co. KG (4,99971%), HIJOS DE RIVERA, S.A. (2,11159%), ESTRELLA DE LEVANTE, S.A. (1,71014%), LA ZARAGOZANA, S.A. (1,31362%), COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS, S.A. (0,09043%), SAT (20%)

² Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.

- (7) Con fecha 28 de septiembre de 2015, se requirió información a la notificante, de acuerdo con los artículos 37.2 b) y 55.5 de la LDC, procediendo a la suspensión del plazo de resolución del procedimiento. La respuesta a dicho requerimiento tuvo entrada en esta Dirección de Competencia en fecha 30 de septiembre de 2015, remitiéndose información complementaria a la misma en fecha 1 de octubre de 2015.
- (8) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **15 de octubre 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

- (9) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (10) 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.
- (11) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.

III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (12) La operación consiste en la adquisición por parte de HOPSTEINER del 80% del capital social de SAEFL, realizado mediante contrato de compraventa de acciones firmado el 28 de julio de 2015 entre los actuales accionistas de la SAEFL, a excepción de la SAT y HOPSTEINER, quedando supeditada su ejecución a la aprobación de la operación de concentración por esta CNMC.
- (13) [...].
- (14) HOPSTEINER ha suscrito un acuerdo de intenciones [...] consistentes en la compra de lúpulo con el fin de garantizar la estabilidad de la producción agrícola del lúpulo español durante el tiempo necesario para que se pueda llevar a cabo una reconversión.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. SIMON H. STEINER, HOPFEN, GmbH (HOPSTEINER)

- (15) HOPSTEINER es una empresa alemana que pertenece a la matriz norteamericana S.S. STEINER INC, New York. Se dedica a la comercialización, procesado y transformación del lúpulo y sus productos derivados.
- (16) El volumen de negocios de HOPSTEINER en el ejercicio económico de 2014, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HOPSTEINER 2014		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
<2.500 M €	<250 M €	<60 M €

Fuente: Notificación

IV.2. SOCIEDAD ANONIMA ESPAÑOLA DE FOMENTO DEL LÚPULO (SAEFL)

- (17) SAEFL opera en el sector del lúpulo, fomentando el cultivo del lúpulo español. Está ligada estrechamente al sector cervecero español, siendo la responsable del desarrollo y mantenimiento del cultivo del lúpulo en España.
- (18) En la actualidad, la mayoría de sus accionistas, a excepción de JOHN BARTH & SON y la SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACIÓN (SAT), son empresas cerveceras. Respecto a la SAT, esta reúne al 99,5% de los cultivadores de lúpulo en España.
- (19) El volumen de negocios de SAEFL en el ejercicio económico de 2014, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SAEFL 2014		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
<2.500 M €	<250 M €	<60 M €

Fuente: Notificación

V. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (20) La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Contrato de Compraventa de acciones de fecha 28 de junio de 2015, en cuya cláusula 4, apartado (iii) figuran como declaraciones y garantías del vendedor las siguientes obligaciones de compra o suministro, también reflejadas en el Memorándum de Entendimiento suscrito entre HOPSTEINER y CERVECEROS DE ESPAÑA:

Obligaciones de compra y suministro

- (21) En la citada cláusula se establece que las empresas cerveceras se comprometen a la adquisición de [...], durante las próximas [...] en proporción al porcentaje de lúpulo adquirido por cada una de ellas en los años previos a la venta de las acciones.
- (22) El esquema de los precios de dicho compromiso será acordado individualmente entre el comprador y cada uno de los cerveceros.

VALORACIÓN

- (23) 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”*.

- (24) A su vez, 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), considera que la finalidad de las obligaciones de compra y suministro puede ser garantizar a cualquiera de las partes la continuidad del suministro de productos que necesite para realizar sus actividades (las conservadas en el caso del vendedor y las adquiridas en el caso del comprador), debiendo, sin embargo, limitarse la duración de estas obligaciones al tiempo necesario para sustituir la relación de dependencia por un situación de autonomía en el mercado, pudiendo estar justificadas durante un periodo transitorio de cinco años como máximo.
- (25) En consecuencia, teniendo en cuenta la legislación, así como la citada Comunicación, se considera que en el presente caso, respecto a la cláusula de obligaciones de compra y suministro, el periodo que exceda de los cinco años se considerará fuera de la operación y sujeto, por tanto, a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercados de producto

- (26) El sector económico en el que se encuadra la operación es el de aprovisionamiento, transformación y comercialización del lúpulo (Código NACE C.1089 Elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.)
- (27) El lúpulo es un producto insustituible en la fabricación de la cerveza, considerándose materia prima esencial en la misma. Se cultiva esencialmente por cultivadores y granjeros privados principalmente en Alemania y Estados Unidos, produciéndose en estos países aproximadamente el 70% de la producción mundial. Otros productores importantes se encuentran en China, República Checa y Eslovenia. A nivel mundial las principales compañías son, además de HOPSTEINER, BARTH-HAAS GROUP, YAKIMA CHIEF-HOPUNION y HVG GERMANY.
- (28) El lúpulo en flor se comercializa en Europa a través de agrupaciones de cultivadores organizadas en base a las medidas normativas adoptadas en el marco de la Unión Europea para el fomento de este sector. La demanda de esta producción la constituyen las empresas transformadoras al objeto de su posterior distribución a la industria cervecera. En España, la SAEFL es la única empresa que se dedica a la adquisición de lúpulo para su transformación y posterior comercialización.
- (29) En cuanto a la transformación, esta se produce una vez que el lúpulo está seco y en condiciones de ser procesado. El nivel de transformación más sencillo, y que además es el que se lleva a cabo en España según la notificante, es del granulado o pelletizado. Otro nivel de transformación más evolucionado que el pelletizado es a través de la obtención de extractos generalmente por fluidos supercríticos.
- (30) La comercialización del lúpulo se lleva a cabo una vez transformado en sus diferentes formas de presentación tales como lúpulo natural desecado, plugs, pellets, extractos, aceites, etc. que son sustituibles entre sí.

- (31) Si bien no existen precedentes comunitarios ni nacionales sobre este sector, la notificante señala que no es previsible la distinción de submercados en función de las distintas variedades de lúpulo, que son sustituibles entre sí.
- (32) Según la notificante, se podrían distinguir tres submercados diferentes: el de aprovisionamiento, el de transformación y el de comercialización del lúpulo. En relación con estos últimos, señala que en sentido estricto no puede hablarse de un mercado específico de transformación y comercialización ya que las empresas transformadoras comercializan la totalidad del lúpulo procesado. En España es la SAEFL el único operador que está presente a la vez en los mercados de transformación y comercialización. Sin embargo, en el ámbito del Espacio Económico Europeo (en adelante EEE), la circunstancia de que las propias empresas transformadoras son las que comercializan la totalidad del lúpulo que procesan, atribuye a los mercados de transformación y comercialización unas cuotas casi idénticas en cada uno de ellos, a las que corresponderían a un hipotético mercado de transformación y comercialización, con ligeras variaciones que pueden estar motivadas por pequeñas exportaciones fuera del ámbito del EEE.
- (33) La notificante señala asimismo que HOPSTEINER realiza en otros países ventas de cantidades insignificantes de lúpulo procesado para industrias fabricantes de productos bacteriológicos, fitosanitarios y similares, sin llevarse a cabo este tipo de venta en España. Este tipo de ventas son residuales ya que más del 95% de la producción mundial de lúpulo es consumida por la industria cervecera.
- (34) A la vista de lo anterior, esta Dirección de Competencia considera que se podría dejar abierta la definición exacta de mercado para esta operación, puesto que sea cual sea la definición de mercado utilizada, no varía el resultado de la misma, analizándose a efectos de la presente concentración, los mercados más estrechos posible, el mercado de aprovisionamiento, el de transformación y el de comercialización del lúpulo.

VI.2 Mercado geográfico

- (35) Respecto al mercado de aprovisionamiento del lúpulo, la notificante señala que generalmente el lúpulo en flor se procesa en el mismo lugar en el que se cultiva o en sus proximidades ya que el volumen de producto da lugar a que los costes de su transporte antes del procesado sean elevados, lo que incrementaría el precio del producto final. La única empresa que se aprovisiona y transforma el lúpulo cultivado en España es la SAEFL, ya que sus competidores no se aprovisionan para su transformación de lúpulo español, comercializando en España el lúpulo que transforman previamente en el extranjero. La notificante, no obstante, aporta datos estimativos de aprovisionamiento en el mercado europeo.
- (36) En cuanto al mercado de transformación, la notificante señala que los cultivadores pueden acceder a otros demandantes europeos de lúpulo en condiciones similares a las que le permiten contratar con la SAEFL ya que el lúpulo en flor puede ser prensado y transportado en balotes para su granulado a cualquiera de las instalaciones sitas en cualquier país europeo o ser granulado en España por la propia SAEFL para su venta a terceros interesados, por lo que la notificante indica que el mercado podría ser considerado teóricamente como europeo aunque en la

práctica, la transformación siempre se lleva a cabo en las proximidades de las zonas de cultivo, debido a los costes elevados que supone el transporte de lúpulo en flor para su procesamiento, por lo que la notificante considera que en la práctica se podría afirmar que se trata de un mercado nacional.

- (37) Respecto al mercado de comercialización de lúpulo, la notificante señala que las empresas productoras de cerveza españolas pueden recurrir tanto al mercado libre como al contractual europeo o internacional para la adquisición del lúpulo transformado, por lo que considera que el primero puede ser considerado como europeo y el de comercialización de ámbito global o en todo caso europeo. En todo caso, como se citaba anteriormente, a nivel europeo la notificante señala que las cuotas de transformación y comercialización son asimilables.
- (38) En base a lo anterior, esta Dirección de Competencia considera que puede dejarse abierta la definición geográfica exacta del mercado, analizándose a efectos de esta operación, los mercados citados de aprovisionamiento, transformación y comercialización tanto en el ámbito geográfico nacional como en el EEE.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Estructura de la oferta

- (39) El lúpulo se cultiva esencialmente por agricultores privados, principalmente en Alemania y en Estados Unidos, produciéndose en estos dos países el 70% del lúpulo a nivel mundial.
- (40) En España la oferta se encuentra concentrada en la SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACION (SAT) 6594- GRUPO DE CULTIVADORES DE LÚPULO, que concentra al 99,5% de los cultivadores de dicho producto.
- (41) La producción de lúpulo en flor para su comercialización, alcanzó en España, en el año 2014, la cifra de 936 toneladas, lo que equivale a menos del 1% de la producción mundial, que para dicho año sería de 96.332 toneladas.
- (42) Según la notificante, en España no existen datos oficiales sobre el cultivo y el consumo del lúpulo. Asimismo señala que desconoce los datos en el EEE por lo que las cuotas que aportan se basan en estimaciones propias, algunas de las cuales se encuentran vinculadas al volumen de producción de cerveza que es el principal destino de casi la totalidad del lúpulo.
- (43) En el mercado de aprovisionamiento del lúpulo en el EEE, las cuotas serían las siguientes:

APROVISIONAMIENTO DE LÚPULO EN EL EEE						
	2012		2013		2014	
	Volumen (%)	Valor (%)	Volumen (%)	Valor (%)	Volumen (%)	Valor (%)
SAEFL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HOPSTEINER	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
CUOTA CONJUNTA	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
JOHN BARTH & SON	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
HVG	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
OTROS	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

- (44) Las cuotas en el mercado de aprovisionamiento del lúpulo en España serían las siguientes:

APROVISIONAMIENTO DE LÚPULO EN ESPAÑA						
	2012		2013		2014	
	Volumen (%)	Valor (%)	Volumen (%)	Valor (%)	Volumen (%)	Valor (%)
SAEFL	100%	100%	100%	100%	100%	100%
HOPSTEINER	0%	0%	0%	0%	0%	0%
CUOTA CONJUNTA	100%	100%	100%	100%	100%	100%
JOHN BARTH & SON	0%	0%	0%	0%	0%	0%
HVG	0%	0%	0%	0%	0%	0%
OTROS	0%	0%	0%	0%	0%	0%

TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%
--------------	------	------	------	------	------	------

Fuente: Notificante

- (45) En cuanto al mercado de transformación del lúpulo en el EEE, la notificante facilita las siguientes cuotas:

TRANSFORMACION DEL LÚPULO EN EL EEE						
	2012		2013		2014	
	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	valor
SAEFL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HOPSTEINER	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[30-40]%	[30-40]%
CUOTA CONJUNTA	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
JOHN BARTH & SON	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
HVG	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
OTROS	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

- (46) Por lo que respecta a las cuotas en el mercado de transformación del lúpulo en España, estas han sido las siguientes:

TRANSFORMACION DEL LÚPULO EN ESPAÑA						
	2012		2013		2014	
	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	valor
SAEFL	100%	100%	100%	100%	100%	100%
HOPSTEINER	0%	0%	0%	0%	0%	0%
CUOTA CONJUNTA	100%	100%	100%	100%	100%	100%
JOHN BARTH & SON	0%	0%	0%	0%	0%	0%
HVG	0%	0%	0%	0%	0%	0%
OTROS	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

- (47) La notificante aporta cuotas en el mercado de comercialización del lúpulo tomando en cuenta las ventas realizadas a las empresas cerveceras. Así, en dicho mercado, en el EEE, las cuotas fueron las siguientes:

COMERCIALIZACION DEL LÚPULO EN EL EEE						
	2012		2013		2014	
	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	valor
SAEFL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HOPSTEINER	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
CUOTA CONJUNTA	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
JOHN BARTH & SON	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%	[30-40]%
HVG	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
OTROS	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

- (48) Respecto a las cuotas en el mercado de comercialización del lúpulo en España, la notificante señala las siguientes:

COMERCIALIZACION DEL LÚPULO EN ESPAÑA						
	2012		2013		2014	
	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	Valor	Volumen (%)	valor
SAEFL	[40-50]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%	[40-50]%	[30-40]%
HOPSTEINER	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
CUOTA CONJUNTA	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
JOHN BARTH & SON	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
HVG	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	ND	ND	ND	ND	ND	ND
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Notificante

- (49) La notificante señala que no le ha sido posible determinar, ni siquiera estimativamente, las cuotas de mercado de las empresas de menor tamaño, ya que éstas tienen un funcionamiento de ámbito regional o nacional en otros países, aunque estima que ninguna alcanzaría el 1% de cuota en ninguno de los mercados definidos.

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

- (50) Más del 95% de la producción mundial anual de lúpulo, lo que representa alrededor de 95.000 toneladas de lúpulo en flor, es consumida por la industria cervecera para la elaboración de la cerveza. Un pequeño porcentaje, que sería inferior al 1%, se emplea por otras industrias para su uso como producto antibacterias o como antioxidantes alimenticios.
- (51) El lúpulo es un producto insustituible para la fabricación de la cerveza. Las preferencias de los clientes pueden variar de acuerdo con el grado de amargor del lúpulo que contenga, aunque en líneas generales, puede considerarse que las distintas variedades son sustituibles en mayor o menor medida desde el punto de vista de los consumidores finales. Por estas razones, las empresas cerveceras no encuentran obstáculos comerciales destacados para cambiar de suministrador.

- (52) Los principales clientes de la SAEFL en España fueron, en el año 2014, [...].
- (53) A nivel global, el precio del lúpulo y de sus productos derivados se forma en base a los siguientes factores: (i) tipo de variedad del lúpulo, (ii) año de cosecha, dependiendo si esta ha sido buena o no, (iii) concentración de componentes valiosos (contenido de alfa-ácidos) y (iv) demanda y oferta de cada año. Asimismo, el precio internacional del lúpulo se forma tomando como base el precio de mercado diario para el lúpulo en crudo (sin procesar) y añadiendo a este precio los costes de procesado, envasado, packaging, costes de transporte, impuestos aplicables, pérdidas de peso del producto en cada cosecha y finalmente el cálculo de los márgenes de beneficio.
- (54) Por lo que respecta a la distribución, con carácter general, tanto en España como en el EEE, las empresas transformadoras del lúpulo en flor se dedican también a su comercialización. En nuestro país es la SAEFL la única empresa que se dedica a la transformación y comercialización del lúpulo cultivado en España. El resto de empresas que comercializan lúpulo en España realizan la transformación del mismo en sus respectivos países o zonas de cultivo, trasladándolo ya procesado para su comercialización. La notificante señala que aunque no existen obstáculos técnicos insalvables para que la transformación del lúpulo y su posterior comercialización se llevaran a cabo por diferentes operadores económicos, en la práctica ambas operaciones son llevadas a cabo por las mismas empresas.

VII.3. Barreras a la entrada

- (55) La notificante indica que en los mercados de transformación y comercialización del lúpulo no existen barreras de entrada legales o reglamentarias que impidan la instalación de una empresa de este tipo.
- (56) Señala asimismo que no existen barreras de tipo económico o tecnológico de especial relevancia para la adquisición de materiales y la instalación de los mismos, más allá de lo que puede considerarse normal en cualquier tipo de empresas de transformación de productos agrarios y de comercialización de los mismos.
- (57) Existen restricciones en cuanto al empleo de variedades de lúpulo más modernas y eficientes, toda vez que éstas se encuentran amparadas por patentes que deben ser adquiridas o licenciadas para poder ser utilizadas, aunque ello no debe ser considerado como una barrera significativa ya que existen suficientes variedades eficientes cuyas patentes pueden ser adquiridas sin necesidad de realizar importantes desembolsos.
- (58) La notificante indica que el sector de la producción del lúpulo a nivel mundial realiza continuas investigaciones para obtener variedades de mayor calidad, mayor concentración de alfa-ácidos y mayor volumen de producción, lo que da lugar a que los elementos productivos más antiguos, como los que existen en España, pierdan su capacidad competitiva. Los principales operadores del mercado disponen de sus centros de I+D que les permite acceder a variedades más competitivas de lúpulo.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (59) La operación consiste en la adquisición por parte de SIMON H. STEINER, HOPFEN, GmbH (HOPSTEINER) del 80% del capital social de la SOCIEDAD ANONIMA ESPAÑOLA DE FOMENTO DEL LÚPULO (SAEFL), mediante la venta de las acciones por parte de sus actuales propietarios, a excepción del 20% correspondiente a la SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACIÓN 6594 – GRUPO DE CULTIVADORES DEL LÚPULO (SAT).
- (60) Los mercados analizados a efectos de la operación son i) el mercado nacional y europeo de aprovisionamiento de lúpulo, ii) el mercado nacional y europeo de transformación de lúpulo, y iii) el mercado nacional y europeo de comercialización de lúpulo, siendo SAEFL la única empresa, que transforma lúpulo en flor en España, realizando el resto de empresas la transformación en sus respectivos países o zonas de cultivo, comercializándolo en España posteriormente.
- (61) En relación con las cuotas de mercado resultantes de la operación, estas son las siguientes: en el mercado de aprovisionamiento de lúpulo en el año 2014, a nivel del EEE, la cuota resultante ascendería al **[30-40] %** tanto en volumen como en valor (**adición del [0-10]%**), teniendo JOHN BARTH & SON una cuota de [30-40]% tanto en volumen como en valor y HVG una cuota del [20-30]% tanto en volumen como en valor. A nivel español, la cuota asciende al **100% (adición del 100%)**, tanto en volumen como en valor, al ser SAEFL la que adquiere prácticamente la totalidad del lúpulo español, por lo que no existen solapamientos entre las partes.
- (62) En el mercado de transformación de lúpulo, en el año 2014, las cuotas en volumen de las partes a nivel del EEE ascenderían a **[30-40]%** (**adición del [0-10]%**) en volumen y valor, mientras que a nivel nacional ascenderían al **100% (adición del 100%)**, tanto en volumen como en valor debido a que SAEFL es la única empresa que se dedica a la transformación del lúpulo en España.
- (63) Respecto al mercado de comercialización de lúpulo, a nivel del EEE para el año 2014, la cuota de las partes alcanzaría el **[30-40]%** en volumen (**adición del [0-10]%**) y del **[30-40]%** en valor (**adición de [0-10]%**), siendo la de JOHN BARTH & SON del [30-40]%, en volumen y del [30-40]% en valor y la de HVG del [20-30]%, tanto en volumen como en valor, y la del resto de sus competidores del [0-10]% en volumen y del [0-10]% en valor. A nivel nacional la cuota resultante ascendería a **[40-50]%** (**adición del [40-50]%**) en volumen y **[40-50]%** en valor (**adición de [30-40]%**), siendo la del principal competidor, JOHN BARTH & SON) del [40-50]% en volumen y del [40-50]% en valor, y la de HVG del [0-10]% en volumen y [0-10]% en valor.
- (64) Por tanto, en el mercado español de aprovisionamiento de lúpulo no existe solapamiento horizontal entre las partes, siendo la cuota de SAEFL del 100%, por lo que la concentración no supondría un cambio en la estructura de este mercado. Esto mismo ocurriría en el mercado nacional de transformación puesto que SAEFL ostenta también el 100% de la cuota. Respecto al mercado español de comercialización del lúpulo, donde sí existen solapamientos horizontales, HOPSTEINER alcanzaría con la operación a nivel nacional la primera posición en el mercado en volumen, posición que antes ostentaba JOHN BARTH & SON, si bien, casi toda la cuota procede de SAEFL que antes ostentaba la segunda

posición, ya que HOPSTEINER partía de una cuota del [0-10]%, siendo el cuarto competidor del mercado en valor y tercero en volumen. Aun así, JOHN BARTH & SON mantendría la primera posición en el mercado nacional si atendemos a su cuota en valor, del [40-50]%, siendo el segundo competidor en volumen con un [40-50]%, por tanto, con una cuota cercana en valor a la resultante de la operación. Como tercer competidor se mantendría HVG, con un [0-10]% de cuota de mercado en valor ([0-10]% en volumen).

- (65) Si bien los mercados de aprovisionamiento y los de transformación y comercialización de lúpulo, están relacionados verticalmente, no parece que la operación pueda plantear problemas de competencia en España tales como el cierre del mercado de aprovisionamiento o el bloqueo de insumos, puesto que SAEFL ya contaba con carácter previo a la operación, con el 100% del mercado nacional de aprovisionamiento de lúpulo, y el de su transformación y los competidores comercializaban el lúpulo ya transformado por ellos en el extranjero, ostentando de hecho cuotas superiores en el mercado de comercialización en España, donde existen solapamientos, lo que demuestra la falta de dependencia de los competidores del aprovisionamiento o transformación de lúpulo en España.
- (66) Por otro lado, los clientes en un 95% pertenecen a la industria cervecera, y sólo los cuatro principales demandantes de lúpulo [...] concentran más del [...] de la demanda, por lo que existiría poder de negociación, y poder compensador de la demanda. Además, en el precio de la cerveza el lúpulo supone sólo una mínima parte. Adicionalmente, a pesar de las elevadas cuotas conjuntas existentes en el mercado nacional de comercialización, en el que existe solapamiento, el volumen de negocios de las fusionadas es inferior a los [...] de euros en España.
- (67) A nivel europeo, JOHN BARTH & SON se mantiene como líder en los mercados de aprovisionamiento, transformación y comercialización de lúpulo, manteniéndose la estructura competitiva existente con carácter previo a la operación en todos ellos, ocupando la segunda posición HOPSTEINER como hasta ahora, y la tercera HGV, seguidos a gran distancia por otros operadores.
- (68) Por último, la notificante indica que la operación aportaría al cultivo del lúpulo español la utilización de mejores variedades disponibles además del conocimiento necesario para poder obtener el mayor rendimiento de ellas ya que HOPSTEINER desarrolla sus propias variedades de lúpulo. Asimismo aportaría todo su “Know How” relativo al secado y procesado de diferentes variedades de lúpulo.
- (69) 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**.