

ES

Asunto n°
COMP/M.4833 - DIA /
PLUS
SUPERMERCADOS

El texto en lengua española es el único disponible y auténtico.

REGLAMENTO (CE) n° 139/2004
SOBRE LAS CONCENTRACIONES

Artículo 4 (4)
fecha: 22/08/2007



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 22/08/2007

SG-Greffe(2007)D/205146, D/205147

En la versión pública de la decisión, se omite determinada información en virtud del artículo 17 (2) del Reglamento del Consejo (CE) No 139/2004 relativo a la no divulgación de secretos de negocios y otra información confidencial. Las omisiones se indican con [...]. Si es posible, la información omitida se reemplaza por rangos de cifras o una descripción general.

VERSIÓN ACCESIBLE AL
PÚBLICO

PROCEDIMIENTO DE
CONCENTRACIÓN
DECISIÓN EN VIRTUD DEL
ARTÍCULO 4(4)

A la parte notificante y

A la Comisión de Defensa de la
Competencia (CNC)

Muy Sres. nuestros:

Referencia: Asunto No COMP/M.4833 - DIA/ PLUS Supermercados
Escrito motivado de conformidad con el apartado 4 del artículo 4 del
Reglamento (CE) No 139/2004 solicitando la remisión del caso al Reino
de España

1. Con fecha 20/07/2007 y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 4 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo¹ (Reglamento de concentraciones) la Comisión recibió un escrito motivado solicitando la remisión total del caso arriba mencionado al Reino de España. Una copia de dicha solicitud fue transmitida a los Estados miembros el 20/07/2007.
2. En apoyo de su solicitud de remisión, la parte solicitante indicó en su escrito motivado que los mercados afectados por la concentración se circunscriben a territorios del Reino de España.
3. Mediante carta de 30/07/2007, la Dirección General de Defensa de la Competencia de la Secretaría de Estado de Economía del Ministerio de Economía y Hacienda, manifestó a la Comisión el acuerdo del Reino de España con la remisión del asunto de referencia al Servicio de Defensa de la Competencia de España (referido como "SDC").

¹ DO L 24, de 29.1.2004 p. 1.

I. LAS PARTES

4. Distribuidora Internacional de Alimentación, S.A. ("DIA", parte solicitante) es una sociedad activa en el sector de la distribución minorista de bienes de consumo diario en formato de libre servicio (hipermercados, supermercados, tiendas de descuento y tiendas de proximidad). DIA se encuentra activa en 8 países, 4 de ellos en la UE (España, Grecia, Portugal y Francia). Adicionalmente, DIA está presente en Turquía, Argentina, Brasil y China. En total, DIA cuenta con más de 5.798 tiendas, de las que aproximadamente 2.806 (el 48,4%) se sitúan en España. DIA es una filial al 100% del Grupo Carrefour.
5. Carrefour es un grupo internacional activo en el negocio de la distribución de bienes alimentarios y no alimentarios, centrandó su actividad principalmente en el sector de la distribución minorista de bienes de consumo diario en régimen de libre servicio (hipermercados, supermercados, tiendas de descuento y tiendas de proximidad). Carrefour desarrolla su actividad en 29 países (con presencia principalmente en Europa, América del Sur y Asia), en los que dispone de aproximadamente 12.500 establecimientos. Alrededor del 48% de la facturación del Grupo es generada en Francia. Carrefour se encuentra presente en las 17 Comunidades Autónomas que conforman el territorio español, donde opera mediante la explotación de hipermercados (bajo la enseña "Carrefour"), supermercados ("Champion" y "Carrefour Express") y tiendas de descuento ("Día" y "Maxi-Día").
6. Plus Supermercados, S.A. ("Plus") es una cadena de tiendas de descuento, activa en la distribución minorista de bienes de consumo diario, en el segmento de tiendas de descuento, presente en diversos países. Solamente el negocio de Plus en España forma parte de la operación. Plus dispone de 253 establecimientos situados en el territorio de las 17 Comunidades Autónomas del Estado español. Plus es titular además de 58 proyectos de establecimientos en distintas fases de tramitación, que también forman parte de la operación. Plus pertenece al grupo internacional Tengermann, activo en el negocio de distribución de productos alimentarios y no alimentarios.

II. LA OPERACIÓN

7. La operación consiste en la adquisición por parte de DIA del control exclusivo del negocio de Plus en España, actualmente propiedad del grupo Tengermann. La operación se refiere principalmente a la distribución minorista de bienes de consumo diario. En menor medida, la operación se refiere también al mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario. La operación propuesta constituye así una concentración, en el sentido del artículo 3(1)(b) del Reglamento de concentraciones.

III. DIMENSIÓN COMUNITARIA

8. Las empresas afectadas tienen conjuntamente un volumen de negocios agregado a nivel mundial superior a 5 000 millones de Euros. El volumen de negocios total realizado individualmente en la Comunidad por Carrefour y por Plus es superior a 250 millones de euros, pero no realizan ambos más de dos tercios de esa cifra en un único e idéntico Estado miembro. Mientras Carrefour no realizó más de dos tercios de su volumen de negocios en ningún Estado miembro, Plus alcanzó más de dos tercios de su volumen de negocios comunitario en España. Por consiguiente, la concentración tiene dimensión

comunitaria de acuerdo con el apartado 2 del artículo 1 del Reglamento de Concentraciones.

IV. APRECIACIÓN

A. Mercado de producto relevante

Distribución minorista de bienes de consumo diario

9. La Comisión ha mantenido en casos anteriores la existencia de un mercado de distribución minorista de bienes de consumo diario, mayoritariamente efectuado en formato de libre servicio, incluyendo los hipermercados, supermercados y tiendas de descuento². En decisiones previas la Comisión argumentó que los distribuidores mencionados anteriormente por una parte y otros establecimientos, como los especializados, las tiendas tradicionales ó las estaciones de servicio por otra parte, se encuentran activos en mercados distintos³. Un enfoque similar se tomó en decisiones previas del SDC⁴, en relación al mercado español de distribución minorista.
10. La parte solicitante considera que el mercado de producto relevante debería incluir también otros formatos de distribución como las tiendas tradicionales y los establecimientos especializados, como las gasolineras. En cualquier caso, la parte solicitante ha aportado la información relativa a las cuotas de mercado teniendo en cuenta un mercado limitado a hipermercados, supermercados, autoservicios y tiendas de descuento.

Abastecimiento de bienes de consumo diario

11. La Comisión ha considerado en casos previos que el mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario comprende la venta de bienes de consumo corriente por los productores a sus clientes mayoristas, minoristas y a otras empresas y organizaciones. Teniendo en cuenta que no existe posibilidad de sustitución plena desde el punto de vista de la oferta para distintos grupos de productos, la Comisión ha señalado que el mercado de abastecimiento ha de dividirse en distintas categorías de producto⁵. La parte solicitante está de acuerdo con esta definición del mercado.

B. Mercado geográfico relevante

Distribución minorista de bienes de consumo diario

12. En anteriores decisiones la Comisión ha delimitado el mercado geográfico de distribución minorista de bienes de consumo diario, desde el punto de vista de la

² La cuestión si las tiendas de descuento deben ser incluidas en el mercado de producto se dejó abierta en los casos COMP/M.1684-Carrefour/Promodes párrafo 12 y COMP/M.1221-Rewe/Meinl párrafo 17. En el caso COMP/M. 3905 Tesco/Carrefour la investigación de mercado confirmó que, con respecto a la política de precios, los hipermercados parecen estar más cerca de las tiendas de descuento que los supermercados, párrafo 12.

³ Por ejemplo, decisiones de la Comisión en los casos IV/M.784 Kesko/Tuko párrafos 19, 20; COMP/M.1221-Rewe/Meinl párrafos 12, 16; COMP/M.1684-Carrefour/Promodes párrafo 9 y M.3464 Kesko/ICA/JV párrafo 10 y ss., en los cuales la definición del mercado de producto se dejó abierta.

⁴ Por ejemplo, ver el caso C100/06 Grupo Carrefour/Dinosol.

⁵ COMP IV/M.784 – Kesko/Tuko, párrafo 33; COMP/M.1221 – REWE/Meinl, párrafo. 75 y ss., COMP/M. 1684 Carrefour/Promodes, párrafo 14 y ss.

demanda, en referencia a puntos de venta fácilmente alcanzables por el consumidor, es decir áreas de influencia de un radio aproximado de entre 10 y 30 minutos de desplazamiento en coche⁶. Este territorio puede ser más amplio (llegando incluso a alcanzar el territorio de una provincia, una Comunidad Autónoma o la nación), en los casos en los que distintos mercados locales afectados por la operación guarden tal relación entre sí que se solapen y cubran un área más amplia⁷. La delimitación de cada área local puede llevarse a cabo únicamente caso por caso, tomando en cuenta las diversas circunstancias específicas locales. En anteriores casos españoles, el SDC también delimitó los mercados geográficos relevantes localmente⁸.

13. Siguiendo la delimitación del mercado tal que definido por ambos, la Comisión y el SDC, la parte solicitante ha identificado 56 mercados locales, en los cuales la cuota de mercado conjunta es superior al 30%. Para mercados locales con cuotas de mercado conjuntas menores al 30% se ha realizado un análisis a nivel estrictamente municipal.

Abastecimiento de bienes de consumo diario

14. Tanto la Comisión como el SDC han definido los mercados de abastecimiento de bienes de consumo diario en decisiones precedentes, como de ámbito nacional⁹.
15. La parte solicitante sostiene que ambos Carrefour y Plus adquieren sus productos generalmente a nivel nacional y que el mercado debería considerarse de ámbito nacional.

C. Apreciación

Distribución minorista de bienes de consumo diario

16. Según la información suministrada por la parte solicitante, existen 126 mercados locales afectados. La cuota de mercado combinada de las partes se sitúa entre el 15% y el 35% en 110 mercados locales y es superior al 35% (entre el 36% y el 54%) en 16 mercados locales, tal como se muestra en la tabla siguiente. La parte solicitante sostiene que en 10 de estos 16 mercados locales, bien la cuota de mercado adicional es inferior al 5% o bien es compensada por la presencia de fuertes competidores en la zona. Según la parte solicitante, los 6 mercados locales en los cuales la operación podría afectar significativamente a la competencia son Cartaya, Puente Genil, Mairena de Alcor, Puertollano, Llerena y Mérida.

⁶ Ver, por ejemplo, las decisiones en los casos IV/M.1085-Promodes/Catteau párrafo 14, COMP/M.1221-Rewe/Meinl párrafo 18 y COMP/M.1684-Carrefour/Promodes, párrafo 24.

⁷ Ver, por ejemplo, COMP/M.1221-Rewe/Meinl párrafo 18 y COMP/M.1684-Carrefour/Promodes párrafo 25.

⁸ Ver, por ejemplo, C 92/05 Dinosol/Mercacentro; N-04086 Covalco/Enaco.

⁹ Ver casos COMP/M.1221 REWE/Meinl, párrafo 83; COMP/M.1684 Carrefour/Promodes, párrafo 28 y C70/02 Caprabo/Enaco, C83/03 Caprabo/Alcosto y C95/06 Miquel Alimentació/Punto Cash.

Mercados locales	Cuota de mercado combinada	Cuota de mercado adicional
Cartaya	[50 - 60]%	[0 - 10]%
Puente Genil	[50 - 60]%	[0 - 10]%
Palma del Río	[40 - 50]%	[20 - 30]%
Mairena del Alcor	[40 - 50]%	[20 - 30]%
Solana (La)	[40 - 50]%	[20 - 30]%
Plasencia	[40 - 50]%	[0 - 10]%
Puertollano	[40 - 50]%	[0 - 10]%
Peñarroya-Pueblonuevo	[40 - 50]%	[10 - 20]%
Llerena	[40 - 50]%	[20 - 30]%
Mérida	[30 - 40]%	[0 - 10]%
Palacios y Villafranca (Los)	[30 - 40]%	[10 - 20]%
Ciempozuelos	[30 - 40]%	[10 - 20]%
Loja	[30 - 40]%	[0 - 10]%
Palencia	[30 - 40]%	[0 - 10]%
Villacañas	[30 - 40]%	[10 - 20]%
Badajoz	[30 - 40]%	[0 - 10]%

Abastecimiento de bienes de consumo diario

17. La cuota de mercado de Carrefour en España en valor (basada en el volumen de ventas) es del [10 – 20] %, mientras que en el caso de Plus es del [0 – 10] %. En términos de superficie (metros cuadrados), las cuotas de mercado serían, respectivamente, del 17% y del 2%. Así pues, el mercado de abastecimiento de bienes de consumo diario resulta también un mercado afectado por la operación.

V. REMISIÓN

18. Sobre la base de la información suministrada por la parte solicitante en el escrito motivado, el caso cumple con los requisitos legales establecidos en el apartado 4 del artículo 4 del Reglamento de concentraciones dado que la concentración puede afectar de manera significativa la competencia en al menos un mercado de un Estado miembro que presenta todas las características de un mercado definido. La Comunicación de la Comisión sobre la remisión de asuntos de concentraciones¹⁰ (punto 17) establece que, en relación con la solicitud de remisión prevista en el apartado 4 del artículo 4 del Reglamento de concentraciones, “*las partes solicitantes han de demostrar,...que la operación puede tener una incidencia sobre la competencia en un mercado definido de un Estado miembro, incidencia que puede ser significativa y, por tanto requerir un examen detenido*” y que “*... los indicios pueden tener un carácter meramente preliminar...*”.
19. La Comisión considera, sobre la base de la información suministrada en el escrito motivado, que el impacto sobre la competencia, de haberlo, es susceptible de producirse en mercados definidos dentro de España. Asimismo, han sido aportados

¹⁰ DO C 56, de 05.03.2005, p. 2-23.

indicios que, al menos con carácter preliminar, demuestran que la operación puede tener una incidencia significativa sobre la competencia en dichos mercados definidos. Por tanto, se trata de un caso en que la remisión resulta más oportuna de conformidad con el punto 20 de la Comunicación de la Comisión sobre la remisión de asuntos de concentraciones.

Factores adicionales

20. Dado que la localización del impacto sobre la competencia, de haberlo, de la operación propuesta se circunscribe a España, el SDC se encuentra en situación adecuada para examinar el caso. Adicionalmente, el SDC ha examinado los mercados de distribución minorista de bienes de consumo diario y abastecimiento de bienes de consumo diario previamente¹¹.

VI. CONCLUSION

21. Por los motivos expuestos anteriormente y puesto que el Reino de España ha dado su conformidad, la Comisión decide remitir el asunto en su integridad para ser examinado totalmente por el Reino de España. Esta decisión se adopta en aplicación del apartado 4 del artículo 4 del Reglamento del Consejo (CE) nº 139/2004.

Por la Comisión,
(firmado por Lowri EVANS)
Philip LOWE
Director General

¹¹ Por ejemplo, C70/02 Caprabo/Enaco, C83/03 Caprabo/Alcosto, C92/05 Dinosol/Mercacentro, C95/06 Miquel Alimentació/Punto Cash y C100/06 Grupo Carrefour/Dínosol.