

*Asunto n° IV/M.720 -  
Cereol / Aceprosa*

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

**REGLAMENTO (CEE) n° 4064/89  
SOBRE LAS CONCENTRACIONES**

---

Artículo 6, apartado 1, letra b), NO OPOSICIÓN  
fecha: 07/06/1996

*Disponible también en la base de datos CELEX  
número de documento 396M0720*



# COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 07.06.1996

VERSION PUBLICA

REGLEMENTO "CONCENTRACIÓN"  
DECISIÓN ADOPTADA EN  
APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 6(1)(b)

A la parte notificante:

Señores,

**Objet :** Caso nº IV/M.720 - **CEREOL/ACEPROSA**  
Notificación de 30.4.1996 conforme al artículo 4 del Reglamento N° 4064/89 del Consejo.

1. El 30.4.1996 CEREOL IBERICA ("CEREOL") notificó a la Comisión el acuerdo por el que adquiere las actividades de ACEITES Y PROTEINAS S.A. ("ACEPROSA") relativas a la molturación de semillas oleaginosas y la producción y venta de harinas y aceites comestibles de semilla, principalmente en España.

## I. LAS PARTES

2. CEREOL es una filial al 100% de ERIDANIA BEGHIN-SAY (EBS), que a su vez pertenece al grupo Montedison. Las actividades de CEREOL incluyen la molturación de semillas oleaginosas, la extracción de aceites comestibles de origen vegetal la producción de harinas y el envasado y comercialización de aceites de semilla.
3. ACEPROSA es una empresa española controlada en última instancia por BUNGE HOLDING B.V. Sus actividades comprenden la molturación de semillas oleaginosas, la extracción de aceites comestibles vegetales, la producción de harinas y el envasado y comercialización de aceites de semilla.

## II. LA OPERACIÓN

4. La operación notificada consiste en un acuerdo por el cual CEREOL y ACEPROSA transfieren la totalidad de sus activos en el negocio de molturación de semillas oleaginosas y refinado de aceite a una empresa de nueva creación (NEWCO). CEREOL adquirirá el 51% de las acciones de NEWCO y ACEPROSA EL 49% restante. Además, CEREOL comprará a ACEPROSA todas las marcas comerciales y la maquinaria e instalaciones de envasado de aceites de semilla. Una vez la operación ejecutada, BUNGE no controlará ninguna actividad en los negocios de molturación de semillas y envasado de aceite de semillas en la Unión Europea.
5. En lo que respecta a NEWCO, ACEPROSA retiene una serie de derechos destinados a salvaguardar sus intereses financieros y patrimoniales derivados de su participación en el capital social de NEWCO. ACEPROSA tendrá derecho a nombrar a tres de los siete consejeros del Consejo de Administración de NEWCO. Aunque los estatutos de NEWCO establecen que las decisiones del Consejo de Administración se adoptarán por mayoría simple, se prevén una serie de excepciones en las cuales el voto favorable de al menos dos consejeros nombrados por ACEPROSA es necesario para la adopción de determinadas resoluciones. Estas resoluciones conciernen fundamentalmente la venta de activos por un importe significativo, los incrementos a partir de un determinado umbral de las inversiones anuales de NEWCO, la modificación de los sectores de actividad de NEWCO y el nombramiento del director general y de los directores comerciales y financieros de NEWCO.
6. Las excepciones previstas en los acuerdos están destinadas a proteger los intereses financieros de ACEPROSA en tanto que accionistas minoritario en NEWCO. Si bien el nombramiento de tres puestos directivos es en general considerado como una protección que va más allá de la protección de los meros intereses financieros, hay que tener en cuenta que ACEPROSA no se reserva ningún otro derecho de voto específico en lo que se refiere a la gestión comercial o estratégica de NEWCO. Por lo demás, la opción de venta que ACEPROSA obtiene de CEREOL para la totalidad de su participación en NEWCO, la retirada progresiva del grupo BUNGE de los mercados de molturación de semilla y refinado y envasado de aceite en la Unión Europea y la previsión explícita en los acuerdos de integrar la gestión comercial y estratégica de NEWCO en el grupo EBS, llevan a concluir que CEREOL adquiere el control único de NEWCO mediante los acuerdos notificados.

## III. CONCENTRACIÓN DE DIMENSIONES COMUNITARIA

7. El volumen de negocios combinado de EBS y ACEPROSA a nivel mundial excede 5.000 millones de ECUS. Tanto EBS como ACEPROSA realizan un volumen de negocios en la Comunidad superior a los 250 millones de ECUS. EBS no realiza más de los dos tercios de su volumen de negocios comunitario en un solo Estado miembro. Por lo tanto, la operación notificada es de dimensión comunitaria.

## IV. COMPATIBILIDAD CON EL MERCADO COMÚN

### MERCADOS DE PRODUCTO RELEVANTES

8. La operación afecta el sector de la molturación de semillas, fundamentalmente pipa de girasol y haba de soja y la comercialización de los productos obtenidos de la molturación, esto es harinas y aceites a granel o envasados.

### Mercado de harinas para alimentación animal

9. Ambas partes comercializan harinas de soja y harinas de pipa de girasol, destinadas fundamentalmente a la elaboración de piensos para la alimentación de animales. Las harinas de pipa y soja constituyen fundamentalmente un componente protéico. Las harinas de soja, por su elevado contenido protéico (44%-50%), su buena digestibilidad y los grandes volúmenes de producción, son las más utilizadas representando su consumo más del 80% del total de concentrados protéicos vegetales. Los precios de la harina de girasol vienen marcados por el precio de la harina de soja. En todo caso, y a los efectos de esta decisión, no es necesario delimitar con precisión si las harinas de pipa y soja pertenecen al mismo mercado o no, o si otras fuentes de aporte protéico como guisantes, y altramuces y otros deben ser incluidos en el mercado de producto o no. Bajo cualquiera de estas hipótesis, la concentración notificada no es susceptible de resultar en la creación o reforzamiento de una posición dominante, y la definición del mercado de producto puede dejarse abierta.

### Aceites de semilla de extracción

10. Las partes notificantes producen aceite crudo de soja y girasol, que también refinan y envasan. EBS tiene una importante actividad en el mercado del aceite de oliva, pero no así ACEPROSA, por lo que el mercado de aceite de oliva (definido como tal en la decisión de la Comisión en el caso IV/M.431-MEDEOL/ELOSUA ) no es un mercado afectado.
11. Los compradores de aceite de soja y girasol a granel son los propios envasadores para su comercialización posterior en botellas por un lado, y la industria (alimentaria fundamentalmente, y química en menor medida) por otro. En lo que se refiere a las ventas a envasadores, el aceite de soja no se utiliza prácticamente en España. Si se puede considerar un mercado residual de aceite de girasol a granel, en el que se vende a los envasadores que no disponen de trituración de pipa propia (marginales) y a envasadores que necesitan completar su propia producción extractora. Al ser éste un mercado geográfico de dimensión al menos Europea, en el que las partes tienen una cuota de mercado limitada, no es necesario decidir sobre la inclusión en el mercado de producto de otros aceites, como el de maíz, soja etc..., que en todo caso representan un consumo marginal.
12. En las utilidades industriales, los aceites tropicales de importación (palma y en menor medida, coco, etc....) desplazan a la soja y al girasol por sus mejores cualidades y menor precio. Únicamente en la industria conservera de pescado, los aceites tropicales no se utilizan en grado significativo. En cuanto a la industria conservera se refiere, los principales clientes de las partes han confirmado que utilizan tanto la soja como el girasol, y que ambos aceites se pueden utilizar sin afectar a la calidad final de la conserva. La decisión de utilizar un aceite u otro viene determinada fundamentalmente por el precio. En general tienden a utilizar en mayor medida el aceite de soja, dado su precio relativo actual,
13. A los efectos de esta decisión basta considerar un mercado de productos que incluye la soja y el girasol para utilidades industriales.

### Aceites envasados

14. El aceite de oliva y de girasol son los dos únicos aceites consumidos en España en envasado (el consumo de otros aceites como el de maíz, soja, cacahuete, etc... es marginal).
15. El aceite de oliva es de dos a 3 veces más caro que el de girasol. El fuerte incremento de precios del aceite de oliva en el último año no ha llevado a un incremento significativo del consumo de aceite de girasol. Por otro lado, los consumidores de aceite de girasol buscan sobre todo el precio ventajoso y un gusto neutro. La mayoría de los clientes y competidores que han

respondido a los cuestionarios de la Comisión, han confirmado que un incremento del precio relativo del girasol no resultaría en una sustitución significativa por otros aceites.

16. La venta de aceite envasado de girasol constituye por lo tanto un mercado afectado.

#### MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE

##### Harinas para alimentación animal

17. El precio tanto del haba como de la harina de soja se determina por su cotización en el mercado de futuros de Chicago. Las importaciones de haba y harina son significativas, tanto en España como en la Unión Europea. Las importaciones provienen en su mayoría de Argentina y Rusia. En particular, en España no se produce soja, y las importaciones de harina de soja representan aproximadamente el 64% del consumo, el otro 36% restante lo constituyen las harinas fabricadas en España a partir de semilla importada. A nivel de la Unión Europea, las harinas importadas vienen a representar un 57% del consumo total, y las harinas producidas a partir de semilla importada un 28%. A los efectos de la presente decisión, basta considerar la Unión Europea como mercado geográfico de referencia, sin que sea necesario decidir si el mercado es mundial.

##### Aceites de semillas de extracción

18. Tanto la soja como el girasol cotizan en mercados internacionales. El aceite de soja cotiza en el mercado de futuros de Chicago, que determina el precio en España a través del coste del transporte. Las ventas en España se realizan por referencia al precio del aceite importado, a partir de la cotización en Chicago. La producción en España es fuertemente deficitaria y se realiza exclusivamente a partir de semilla importada. Las importaciones de aceite de soja son por tanto significativas (60% en 1994, 35% en 1995, dependiendo de la cantidad de semilla que se importe).
19. En cuanto al girasol, cotiza en Rotterdam, Amsterdam, Sette, St Nazarie y Burdeos, con volúmenes que oscilan entre las 2000-5000 toneladas diarias, y con volúmenes mucho más elevados en los picos de demanda. Los envasadores en España siguen a diario estas cotizaciones, que les son enviadas por corredores de aceites y negociantes implantados allí. Las importaciones de aceite de girasol en España son limitadas en comparación con el de soja, debido a que en España si se produce pipa de girasol, y la producción de aceite es excedentaria. Sin embargo, la disponibilidad de aceite a nivel Europeo y el seguimiento de la cotización de ese aceite llevan a considerar un mercado geográfico que abarca la Unión Europea, dado que los precios se determinan a ese nivel.

##### Aceites envasados.

20. El aceite envasado no es de fácil transporte para largas distancias, y las importaciones en España no son significativas. Existen una serie de barreras comerciales, como el acceso a la distribución, una localización de plantas envasadoras adecuada, la familiaridad de los consumidores con las marcas, que llevan a considerar un mercado geográfico circunscrito al territorio español. En efecto, la investigación de la Comisión ha mostrado que las negociaciones entre los envasadores españoles y los distribuidores se llevan a cabo por referencia a las condiciones ofrecidas por envasadores localizados en el territorio Español.

## V. APRECIACIÓN DE LA OPERACIÓN.

### A. Harinas para alimentación animal

#### Cuotas de mercado.

21. La cuota de mercado de harinas para alimentación animal de ACEPROSA en el mercado de la Unión Europea, mercado geográfico afectado, es, para los años 1992 a 1994, ambos inclusive, del 2%. La cuota correspondiente a EBS/CEREOL es para 1992 de 8.4%, para 1993 del 7.8% y para 1994 del 7.3%.

#### Competidores

22. Los principales competidores en dicho mercado son : en cuanto trituradores ADM ( cuota de mercado de harinas para 1994, 8%) CARGILL (7%) VAMO (4.1%) y OTROS (16.3%). En cuanto importadores de harinas : TOEPFER/ADM, (10.5%), CARGILL (10.5%), CONTINENTAL (9.5%), GLENCORE (6.9%), ANDRE & CIE (5.6%), DREYFUS (9.5%) y OTROS (2.7%).

#### Apreciación

23. Teniendo en cuenta las expresadas cuotas de mercado de las empresas partes en la operación y las empresas en competencia así como que se trata de un mercado liberalizado y con libre acceso de países terceros debe concluirse que la operación notificada respecto del mercado examinado en este apartado no crea o refuerza una posición dominante de resultados de la cual la competencia efectiva sea obstaculizada de forma significativa en el mercado común o en una parte sustancial del mismo.

### B. Aceites de semillas de extracción

#### Producción y consumo

24. Los aceites de semillas de extracción consumidos en la Unión Europea son principalmente de soja, girasol, colza y palma. En 1994 el consumo de estos cuatro aceites representó más del 93%. A gran distancia sigue el consumo del resto de otros aceites de semillas (maíz, sésamo, cacahuete, algodón), con un porcentaje de menos del 7%.
25. La producción de aceites de semillas de extracción en la Unión Europea es fundamentalmente de soja, de girasol y de colza. La producción de otros aceites ( de maíz, sésamo, cacahuete, algodón) es insignificante. No se produce aceite de palma. La producción en 1994 fue de 2.324.000 Tm de aceite de soja, de 1.832.000 Tm de aceite de girasol y de 2.849.000 Tm de aceite de colza.
26. El consumo interno en la Unión Europea de cada uno de los aceites de soja, girasol y colza es inferior a la producción. En 1994 se consumieron 1.892.000 Tm de aceite de soja, 1.827.000 Tm de aceite de girasol y 1.910.000 Tm de aceite de colza. También se consumieron 1.801.000 Tm de aceite de palma que procedían de la importación. Las cantidades consumidas de cada uno de estos cuatro aceites es similar; la diferencia oscila en unas 100.000 Tm. cada año.

### Cuotas de mercado

28. En la Unión Europea, para el conjunto de aceites de semillas de extracción, las cuotas de mercado de los empresas partes en la operación son : a) para EBS/CEREOL, en 1992, 15.4%; y, en 1994, 11.2%, b) para ACEPROSA, en 1992, 2.6%; y, en 1994, 1.9%. La cuota combinada de mercado es para 1992 de 18% y para 1994 13.1%.

Respecto del aceite de semillas de extracción procedente del girasol, las cuotas de mercado de los empresas partes en la operación son : a) para EBS/CEREOL, en 1992, 22% ;en 1993, 15.4% y, en 1994, 13.13%, b) para ACEPROSA, en 1992, 3.4%; en 1993, 3.81% y, en 1994, 3.4%. La cuota combinada de mercado es en 1992, 25.4%, en 1993, 19.21% y en 1994 de 16.53%.

29. Respecto del aceite de semillas de extracción procedente de la soja, las cuotas de mercado de los empresas partes en la operación son : a) para EBS/CEREOL, en 1992, 32.30%; en 1993, 29.5% y, en 1994, 27.00%, b) para ACEPROSA, en 1992, 7.55%; en 1993 5.5% y, en 1994, 5%. La cuota combinada de mercado es para 1992 de 39.85%, para 1993, 35%, y para 1994 de 32.00 %
30. En lo que respecta a los usos industriales la cuota de mercado, ACEPROSA solo está presente en España, y con unas ventas que representan menos del 20% de las ventas en España, y no son significativas a nivel Europeo.

### Competidores

31. En la Unión Europea, los principales competidores de las partes en la producción de aceites de semillas de extracción son ADM, CARGILL y VAMO. En 1994. EBS/CEREOL tuvo una cuota de trituración de semillas oleaginosas del 15% y ACEPROSA de un 3%. ADM del 21%, CARGILL del 19% y VAMO del 13% correspondiendo al resto un porcentajes del 29%. La cuota combinada de trituración de las empresas partes en la operación es del 18%.

### Apreciación

32. Teniendo en cuenta que los aceites crudos son intercambiables en una gran medida respecto de sus usos industriales, que las cuotas combinadas de mercado de las partes en el mercado de la Unión Europea en el conjunto de los aceites crudos, así como en los aceites de soja y de girasol, no son excesivas y muestran una tendencia decreciente; y teniendo en cuenta la modesta adición de cuota de mercado de una de las partes, ACEPROSA, la existencia de empresas competidoras en la producción de dichos aceites con importante capacidad en parte no utilizada e importante actividad en la trituración de semillas oleaginosas, así como el acceso abierto de la industria productora al aprovisionamiento de materias primas (semillas de soja y de girasol) en el mercado internacional, debe concluirse que la operación notificada respecto del mercado examinado en este apartado no crea o refuerza una posición dominante de resultados de la cual la competencia efectiva sea obstaculizada de forma significativa en el mercado común o en una parte sustancial del mismo.

- C. Aceites de semillas envasados

### Cuotas de mercado

33. En la Unión Europea en su conjunto, la operación no es susceptible en todo caso de tener una incidencia significativa. En efecto, la cuota (en valor) de mercado de ACEPROSA sobre el total de la Unión Europea es : en 1992, 2.4%; y, en 1994, 1.8%. Para EBS/CEREOL, en 1992, 17.7%; y, en 1994, 15.4%. La cuota de mercado combinada de dichas Sociedades en la Unión Europea pasa del 20.1%, en 1992, al 17.2%, en 1994, mostrando una tendencia decreciente.

### Cuotas de mercado en España

34. En España, la cuota de mercado de aceite de semillas envasado (en valor) de cada una de las empresas implicadas en la operación notificada es : 1º), para EBS/CEREOL, en 1992, 34.4%; y, en 1995, 27.5% y, 2º), para ACEPROSA, en 1992, 12.1%; y, en 1995, 10.5%. La cuota combinada (en valor) de dichas Sociedades en España pasa por tanto del 46.5%, en 1992, al 38%, en 1995, siguiendo una tendencia decreciente.

### Importaciones/exportaciones

35. Las importaciones y exportaciones de aceites de semillas envasados no son significativas debido al escaso valor añadido de este producto y a los costes de transporte. El mercado total, en millones de litros, de aceite envasado de semillas en España es de 375.000 litros.

### Producción

36. La actividad de producción de aceites envasados de semillas de soja y girasol está fuertemente interrelacionada con la producción de aceites de extracción obtenidos de la trituración del haba de soja importada o de la pipa de girasol producida en la Unión Europea o importada. Los aceites de semillas de extracción constituyen la materia prima usada por las empresas envasadoras.

En España, como en la Unión Europea, la producción de aceite de extracción de soja es fuertemente excedentaria. La producción de aceite de extracción de girasol, es ligeramente excedentaria o equilibrada

### Competidores

37. En España existen más de 150 empresas envasadoras de aceites de girasol. Las más importantes son Aceites Toledo (6% de cuota de mercado), Cargill (5.6%), Corporación Olivarera del Sur (COOSUR) (5.5%) y G. Unilever a través de Agra (3.5%). El envasado se realiza con vistas fundamentalmente a las zonas donde las plantas industriales se encuentran ubicadas, a fin de que el producto no resulte encarecido por su transporte a grandes distancias.
38. La existencia de numerosos pequeños operadores ejercen una gran presión sobre los márgenes comerciales de esta actividad ya que estos operadores pueden poner en funcionamiento o cerrar sus plantas de envasado en función de las fluctuaciones de estos márgenes.

### Apreciación

#### Poder de compra

39. La comercialización al público de aceite de girasol se realiza a través de hipermercados, supermercados, centrales de compra y distribuidores independientes, sin que las Sociedades partes en la operación dispongan de puntos de venta propios. Las negociaciones de compra-venta se realizan directamente con los envasadores.
40. La comercialización se realiza bien mediante marcas propias de los envasadores o mediante marcas propias de las grandes cadenas de distribución. Este mercado es muy sensible al precio del producto sin que exista una marcada preferencia o fidelidad hacia marcas determinadas.
41. La gran importancia que en los últimos tiempos han adquirido las cadenas de distribución les otorgar un notable poder de compra. Este poder de compra actúa, por una parte, respecto de los aceites con marcas propias ofrecidos por los envasadores, y, por otra parte, permite a los distribuidores imponer sus propias marcas de distribución. Para el girasol, las marcas de los distribuidores representan como media el 24.5% del mercado español. Estas marcas tienen normalmente los precios más bajos que las marcas propias de los



envasadores. La diferencia de precios entre los productos de marca propia y los de marca de los distribuidores es muy reducida a diferencia de otros productos alimenticios de gran consumo.

#### Ausencia de barreras a la entrada

42. El acceso al mercado de aceites envasados se puede producir : a) mediante la fabricación de aceites de semillas y la puesta en marcha de plantas envasadoras, b) mediante la importación de aceites refinados desde el exterior para su envasado, y c) mediante la adquisición de empresas ya operativas en el mercado de aceites de semillas envasados.
43. En España no existen especiales dificultades para el ejercicio de esta actividad derivadas de intervenciones administrativas. La industria dispone de suministros de materias primas. No existe una tecnología que dificulte la implantación y desarrollo de nuevas industrias. Las actividades de investigación y desarrollo no tienen especial relevancia. No existen dificultades especiales en los mercados derivadas de contratos de exclusividad que impidan el acceso de nuevos operadores.
44. La industria de trituración y producción de aceites de extracción tiene, por una parte, un alto porcentaje de capacidad no utilizada (en torno al 55%) correspondiente a instalaciones modernas en general. El acceso a esta actividad productiva no requiere ni de grandes inversiones ni de especial tecnología. Por otra parte no existen barreras importantes a la importación en la Unión Europea de los aceites de semillas de extracción utilizados por la industria envasadora. En estas condiciones los envasadores de aceites de semillas podrán disponer con facilidad de los suministros de aceites de semillas de extracción requeridos para hacer frente a un incremento de la demanda de aceites de semillas envasados. Un eventual aumento de precios podrá dar lugar a una mayor actividad de los envasadores en competencia.

#### Apreciación

45. En base a las consideraciones expuestas - cuota combinada de mercado de las partes y su evolución, el elevado número de empresas competidoras, la disponibilidad de suministros para la industria envasadora de aceites de semillas, la infrautilización de la capacidad productiva, el poder de mercado de las cadenas de distribución, la escasa fidelidad hacia las marcas, la importancia de la competencia en los precios junto con la ausencia de barreras al acceso a la actividad productiva- la concentración notificada no crea o refuerza una posición dominante como resultado de la cual la competencia efectiva sea obstaculizada en el mercado considerado en este apartado.

#### CONCLUSIÓN

46. En base a las consideraciones expuestas, la Comisión ha llegado a la conclusión de que la concentración propuesta no crea ni refuerza una posición dominante como resultado de la cual la competencia efectiva sería obstaculizada de forma en el mercado común o en una parte sustancial del mismo.

En consecuencia, la Comisión ha decidido no oponerse a la concentración notificada y declararla compatible con el mercado común y con el funcionamiento del Acuerdo sobre la E.E.E.. Esta Decisión ha sido adoptada en aplicación de la letra b) del apartado 1 del artículo 6 del Reglamento del Consejo nº 4064/89.

Por la Comisión