

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**

### **EXPEDIENTE C-0415/11 MAESPA/RODON PORTA**

---

#### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 15 de diciembre de 2011 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación relativa a la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de MAESPA MANIPULADOS S.L. (MAESPA) de la totalidad del capital social de RODON PORTA, S.L.(RODON)
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por MAESPA, 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 el artículo 8.1 a). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) El artículo 57.2.c) de la 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.
- (4) 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".
- (5) Con fecha 2 de diciembre de 2011 se ha requerido al notificante información de carácter necesario para la operación. La contestación a dicho requerimiento tuvo entrada el 9 de diciembre de 2011. Una vez computados los plazos, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **16 de enero de 2012**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (6) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de MAESPA MANIPULADOS S.L. de la totalidad del capital social de RODON PORTA, S.L.
- (7) La operación se ha proyectado en una Carta de Intenciones firmada en fecha 12 de diciembre de 2011.
- (8) La operación está sujeta a la autorización de las autoridades españolas de competencia.

### **III. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

- (9) Se prevé un compromiso de no competencia por el que cada uno de los vendedores (socios actuales de RODÓN) asumirá un compromiso de no competir con las actividades de RODÓN cuyo ámbito territorial será el territorio nacional y con una duración [ $<3$  años]<sup>1</sup> desde la firma de la compraventa.
- (10) 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”.
- (11) 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 las cláusulas de no competencia sólo están justificadas durante un máximo de tres años cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos.
- (12) En consecuencia, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la citada Comunicación, se considera que en el presente caso, el contenido y la duración de la cláusula de no competencia no van más allá de lo necesario por lo que se consideran como parte integrante de la operación.

### **IV. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

- (13) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas puesto que no se cumplen los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del citado Reglamento.
- (14) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1 a) de la misma.
- (15) Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de España.

### **V. EMPRESAS PARTÍCIPES**

#### **V.1. MAESPA MANIPULADOS, S.L. (MAESPA)**

- (16) MAESPA es una pequeña empresa dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de sobres de papel que exporta parte de su producción a otros países como Alemania o Portugal.
- (17) Su matriz última, Manufacturas Tompla, S.A. (TOMPLA), es la matriz de un grupo de empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de sobres de papel.

---

<sup>11</sup> Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

- (18) TOMPLA dispone de plantas de producción en España, Francia, Polonia y Portugal y cuenta con presencia comercial a través de filiales en los diferentes países de la Unión Europea y en otros países mediante representaciones, exportando el [...] % de su producción.
- (19) En fecha 15 de julio de 2010 TOMPLA adquirió MAESPA, operación autorizada por la CNC el 15 de diciembre de 2010.
- (20) La facturación del Grupo TOMPLA en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, fue, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL GRUPO TOMPLA - 2010		
(Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
236,18	[<250]	[>60]

Fuente: Notificación

## V.2 RODON PORTA, S.L. (RODÓN)

- (21) RODÓN es una empresa de dimensión reducida, controlada por personas físicas (16 accionistas), dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de sobres de papel, tanto blancos como especiales, destacando en particular su producción de especialidades, como los sobres de postal para editores o el sobre de alta calidad para perfumería.
- (22) La facturación de RODON en el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Real Decreto 261/2008, fue, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE RODON 2010		
(Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
2,81	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación.

## VI. MERCADOS RELEVANTES

### VI.1. Mercado de producto

- (23) El sector económico en el que se enmarca la operación es el de fabricación y comercialización de sobres de papel, actividad en la que ambas partes de la operación están presentes.
- (23) En el sector de los sobres de papel existen dos categorías principales: los denominados sobres blancos o de catálogo y el resto de sobres existentes en el mercado, los sobres impresos o especiales, con una enorme gama de productos. Las partícipes producen y comercializan ambos tipos de sobres.
- (24) La notificante indica que si bien ambos tipos de sobres se usan para el envío de correspondencia, no son sustituibles desde el punto de vista de la demanda:

- (25) Los sobres blancos son sobres estándar que los fabricantes producen a partir de un catálogo predefinido, que incluye un determinado número de referencias que no admiten personalización. Estos sobres los venden los fabricantes a intermediarios tales como imprentas, empresas de distribución de artículos de oficina, distribuidores locales y grandes superficies. Estos clientes venden, a su vez, a otras empresas (a imprentas o papelerías en el caso de los distribuidores locales) o a los consumidores finales, a veces después de haber transformado el producto, como es el caso de las imprentas.
- (26) Los sobres impresos o especiales comprenderían el resto de sobres existentes en el mercado: sobres creativos para publicidad y marketing directo, micro-sobres, sobres de alta gama y especialidades, sobres y bolsas para CDROM y DVDs, sobres para postales, sobres turísticos y sobres para perfumería. Se trata de sobres personalizados que los fabricantes como TOMPLA y RODON venden directamente a los clientes finales, que incluyen la Administración Pública y los grandes consumidores (bancos, empresas de electricidad, telefonía, venta por catálogo, marketing directo, etc.).
- (27) Es obvio que no existe sustituibilidad de demanda entre los sobres blancos o de catálogo y los sobres impresos/especiales ya que en caso de un incremento no transitorio de precio de los sobres blancos, los particulares no van a utilizar sobres impresos. Las imprentas, por ejemplo, realizan impresiones a partir de los sobre blancos.
- (28) Además, la comercialización de sobres blancos y sobres impresos/especiales es diferente. En el caso de los sobres impresos/especiales, los grandes clientes suelen realizar licitaciones para adquirir el producto.
- (29) Con base en lo anterior, y en línea con los precedentes recientes en el sector<sup>2</sup>, parece adecuado definir dos mercados separados de producto: (i) fabricación y comercialización de sobres blancos o estándar y (ii) fabricación y comercialización de sobres impresos o especiales.
- (30) Respecto al mercado de sobres impresos/especiales no es preciso determinar si pueden existir mercados más estrechos dentro de este mercado, dado que la valoración de la operación no se vería sustancialmente alterada por ello, dadas las cuotas adquiridas.
- (31) En consecuencia, esta DI analizará el mercado de sobres en general y los mercados más estrechos de sobres blancos/estándar y sobres impresos/especiales.

## **VI.2 Mercado geográfico**

- (33) La notificante considera que el mercado de sobres tiene dimensión europea. Argumenta que el proceso de concentración que ha experimentado el sector ha conducido a la creación de grandes grupos de dimensión europea, que están presentes en varios Estados Miembros, como la propia TOMPLA, los grupos BONG (adquirente de Hamelin) y MAYER (que recientemente adquirió a GPV).

---

<sup>2</sup> Ver Expediente C-299/10 TOMPLA/MAESPA.

- (34) Señala asimismo que no existen barreras de entrada significativas a los mercados nacionales, y que los fabricantes están en condiciones de producir distintos formatos para ajustarse a las preferencias de los consumidores de cada país. Finalmente destaca que algunos clientes como Reader's Digest, Viking o Staples realizan compras de forma centralizada a nivel europeo.
- (35) No obstante, dado que la operación no plantea problemas de competencia cualquiera que sea la definición geográfica de los mercados que se adopte, y en línea con los precedentes recientes en el sector, ésta puede dejarse abierta, analizándose los efectos de la operación tanto en el mercado EEE como en el mercado nacional.

## VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

### VII.1. Estructura de la oferta

- (36) La oferta en los mercados de fabricación y comercialización de sobres está compuesta en la actualidad por tres grandes grupos que operan a escala europea: además de TOMPLA, que realiza el [...] % de su volumen de ventas fuera de España, están presentes en estos mercados los grupos BONG y MAYER.
- (37) BONG es un grupo de origen sueco que ha llevado a cabo una activa política de adquisiciones en los últimos años, cuya última operación ha consistido en la fusión en 2010 con el fabricante de sobres HAMELIN. El grupo BONG-HAMELIN está presente en España a través de Envel Europa, empresa filial de HAMELIN.
- (38) MAYER es un grupo alemán compuesto por 40 empresas con presencia en 23 países, que adquirió en 2011 el grupo francés GPV. Su presencia en España se materializa a través de la alianza con Grafoplas.
- (39) A continuación se recogen las cuotas de las partes y sus principales competidores tanto en el mercado europeo como en España en cada uno de los mercados considerados en el último ejercicio económico disponible:

CUOTAS EN EL MERCADO EUROPEO DE SOBRES – 2010 (Valor)			
	Sobres blancos	Sobres Especiales	Total sobres
MAYER-KUVERT	[10-20]	[10-20]	[10-20]
<b>Grupo TOMPLA</b>	[10-20]	[10-20]	[10-20]
<b>MAESPA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
BONG	[20-30]	[20-30]	[20-30]
HAMELIN	0	0	0
GPV	[10-20]	[0-10]	[0-10]
<b>RODON</b>	[0-10]	[0-10]	[0-10]
OTROS	[30-40]	[30-40]	[30-40]
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Notificante

- (40) En el ámbito EEE, la cuota resultante en 2010 en el mercado de fabricación y venta de sobres es del [10-20]% (adición del [0-10]%). En los mercados estrechos las cuotas resultantes son del [10-20]% (adición del [0-10]%) en el mercado de fabricación y venta de sobres blancos y del [10-20]% (adición del [0-10]%) en el mercado de fabricación y venta de sobres impresos. Otros competidores importantes son Mayer Kuvert Network ([10-20]%), Bong Ljungdahl ([20-30]%)<sup>3</sup>.

CUOTAS EN EL MERCADO ESPAÑOL DE SOBRES – 2010 (Valor)			
	Sobres blancos	Sobres Especiales	Total sobres
<b>Grupo TOMPLA</b>	<b>[30-40]</b>	<b>[50-60]</b>	<b>[40-50]</b>
<b>MAESPA</b>	<b>[0-10]</b>	<b>[0-10]</b>	<b>[0-10]</b>
UNIPAPEL	[20-30]	[10-20]	[10-20]
ANTALIS	[0-10]	[0-10]	[0-10]
PLANA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ARGANSOBRE	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ZELATUM	[0-10]	[0-10]	[0-10]
SOBRESIL	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ENVEL	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ANDUPAL	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GPV-GRAFOPLAS	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ARPON	[0-10]	[0-10]	[0-10]
APOLLONIO	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<b>RODON PORTA</b>	<b>[0-10]</b>	<b>[0-10]</b>	<b>[0-10]</b>
OTROS	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Notificante

- (41) Como resultado de la operación, la cuota conjunta en 2010 en el mercado español de fabricación y venta de sobres es del [40-50]% (adición del [0-10]%) en valor. Bajo las definiciones estrechas de mercado, la cuota conjunta en el mercado de fabricación y venta de sobres blancos es del [30-40]% (adición del [0-10]%) y en el mercado de fabricación y venta de sobres impresos es del [50-60]% (adición del [0-10]%). Otros

<sup>3</sup> En octubre de 2010 se completó la fusión entre Bong y Hamelin y en 2011 la adquisición por MAYER del grupo francés GPV (que con datos del 2010 tendría una cuota conjunta del [20-30]%).

competidores importantes en el mercado amplio de sobres son Unipapel ([10-20]%), Antalis ([0-10]%) y Plana ([0-10]%).

## **VII.2. Estructura de la demanda y canales de distribución**

- (42) La demanda de sobres ha experimentado una importante contracción en los últimos años, concretamente el notificante indica que ha sido del 20% en el trienio 2007-2009. Como consecuencia, tanto en el mercado europeo como en el español existe un exceso de capacidad de producción.
- (43) Los fabricantes de sobres suelen llevar a cabo directamente la distribución de sus productos, como es el caso de las partes de la operación.
- (44) En el caso de los sobres impresos/especiales, los clientes grandes acuden en numerosas ocasiones a la organización de subastas electrónicas para escoger al fabricante. El notificante indica que se han creado plataformas de subastas que actúan como centrales de compras y que disponen de un elevado poder de negociación.
- (45) La mayor implantación de estas plataformas entre los clientes de los fabricantes de sobres ha supuesto una importante presión a la baja sobre los precios de estos productos. Entre estas centrales de compra, cabe mencionar, en particular, a ADQUIRA, cuyos socios principales son BBVA, REPSOL, TELEFÓNICA e IBERIA, o SUMASA y AQUANIMA, lideradas respectivamente por LA CAIXA y BANCO SANTANDER.
- (46) El poder de la demanda también se ha visto reforzado por la aparición de operadores globales (los llamados "Print Management Companies") que se dedican a la impresión, ensobrado y reparto de correspondencia por cuenta de otras empresas. Estos operadores, entre los que se encuentran ARVATO, CORREO HÍBRIDO o SERVINFORM, se convierten en importantes compradores de sobres, con gran poder de negociación.

## **VII.3. Competencia potencial y barreras a la entrada**

- (47) El notificante indica que los mercados de sobres se caracterizan por la práctica ausencia de barreras de entrada.
- (48) El coste total de entrada para un nuevo competidor puede considerarse reducido. Ello se debe, ante todo, al hecho de que existe un importante mercado de segunda mano para las máquinas de fabricación de sobres, al tener dichas máquinas una vida útil extremadamente prolongada.
- (49) No se necesitan especiales inversiones en promoción o publicidad, dado que los sobres son productos relativamente homogéneos, de forma que no es necesario contar con una particular imagen de marca.
- (50) Tampoco se precisa crear una red de distribución, dado que los fabricantes de sobres suelen distribuir directamente estos productos a sus clientes.
- (51) Sin embargo, no es previsible nuevas entradas a estos mercados ya que éstos se caracterizan por un exceso de oferta, situación que ha impulsado desde hace varios años una concentración de las empresas del sector a escala europea.

## VIII. VALORACIÓN

- (52) La operación notificada consiste en la adquisición por parte de MAESPA MANIPULADOS S.L. de la totalidad del capital social de RODON PORTA, S.L.
- (53) La actividad en la que están presentes las partes se encuadra en el sector de fabricación y comercialización de sobres de papel. El ámbito geográfico podría ser el EEE.
- (54) Por sus características distintas los sobres estándar o blancos tienden a conformar un mercado separado respecto al resto de sobres existentes en el mercado ya que no se venden a clientes finales y no admiten personalización.
- (55) En el ámbito del EEE, las cuotas resultantes se encuentran entre el [10-20]% tanto en sobres en general como en los dos mercados más estrechos. Además, no existen barreras de entrada significativas, por lo que la operación no plantearía problemas de competencia.
- (56) En España, si bien la cuota resultante se acerca al [40-50]% en el mercado amplio de sobres e incluso en el mercado estrecho de sobres impresos casi al [50-60]%, la adición de cuotas es pequeña (inferior al [0-10]%) en los tres mercados estrechos considerados, por lo que el impacto de la operación sobre la estructura de la oferta es limitado. Adicionalmente, existen otros operadores relevantes como Unipapel, Antalis y Plana, no existen barreras de entrada significativas y la demanda, especialmente en el caso de sobres impresos, tiene un gran poder negociador.
- (57) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en los mercados analizados, por lo que es susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.
- (58) Todo ello sin perjuicio de que, dadas las características de este mercado y de los operadores del mismo, puedan existir incentivos a llevar a cabo comportamientos coordinados en cuyo caso podrán ser analizados desde la óptica de los acuerdos entre empresas.

## 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.