



RESOLUCIÓN (Expte. C-0205/10, ESSELTE/ISABERG)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
D. Fernando Torremocha García-Sáenz, Vicepresidente
D. Emilio Conde Fernández-Oliva, Consejero
D. Miguel Cuervo Mir, Consejero
D^a Pilar Sánchez Núñez, Consejera
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
D^a M^a Jesús González López, Consejera
D^a Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 24 de febrero de 2010.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, consistente en la adquisición por parte de ESSELTE INNEHAV AB del control exclusivo de ISABERG HOLDING AB (Expte. C/0205/10), y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0205/10 ESSELTE/ISABERG

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 4 de enero de 2010 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de Esselte Innehav AB (ESSELTE) del control exclusivo de Isaberg Holding AB (ISABERG).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por ESSELTE, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante LDC), por superar los umbrales establecidos en el artículo 8.1.a) de dicha Ley. 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) A partir del 5 de enero de 2010, esta Dirección de Investigación, en virtud de lo dispuesto en el artículo 39.1 de la LDC, y a fin de valorar los efectos de la citada operación de concentración en los mercados considerados, remitió diversos requerimientos de información a los principales competidores y clientes en España y el Espacio Económico Europeo de las partes de la operación de concentración notificada.
- (6) La última respuesta a los anteriores requerimientos, de MAPED, tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia el 2 de febrero de 2010.
- (7) Por otra parte, con fecha 29 de enero de 2010, esta Dirección de Investigación reiteró el requerimiento de información a determinadas empresas que no habían contestado a los requerimientos, dándoles un plazo de 5 días hábiles para su cumplimiento. Con fecha 4 de febrero de 2010 expiró el anterior plazo, sin que COFRAP ESPAÑOLA, S.A. hubiese contestado.
- (8) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **6 de marzo de 2010**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (9) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de ESSELTE del control exclusivo de ISABERG. La operación de concentración notificada se instrumenta a través de la adquisición por ESSELTE de la totalidad de las acciones que componen el capital social de ISABERG, mediante un contrato de compraventa firmado el 6 de noviembre de 2009.
- (10) De acuerdo con la cláusula 4 del contrato de compraventa, la ejecución de la operación está condicionada a la obtención de las correspondientes autorizaciones de las autoridades de defensa de la competencia.
- (11) La operación de concentración ha sido también notificada a las autoridades competentes en materia de control de concentraciones económicas de Alemania, Turquía, Portugal, Ucrania y Rusia.
- (12) La operación anterior es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1 b) de la LDC.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (13) El contrato de compraventa incluye un compromiso de no captación de empleados, por el cual los vendedores se comprometen a no contratar, ofrecer o negociar contratos de trabajo con empleados de ISABERG que lo sean a la fecha de cierre de la operación. Esta restricción se mantendrá en vigor durante un periodo [no superior a 2 años]¹.
- (14) Sin embargo, dicho compromiso contiene varias excepciones, ya que permite [...].
- (15) Por otro lado, el contrato de compraventa prevé un compromiso de no competencia, según el cual a partir de la fecha de cierre y durante un periodo [no superior a 2 años], el fondo de inversión Segulah III, que actualmente controla el Grupo Isaberg, se compromete a no participar en ningún negocio o actividad que compita con las actividades tal y como existen en la fecha de cierre, salvo en caso de participaciones que representen menos del 10% de los votos en sociedades que coticen en bolsa u otras tenencias pasivas, únicamente con fines de inversión.
- (16) El apartado 3 del artículo 10 de la LDC establece que “podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.
- (17) Asimismo, teniendo en cuenta 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 estima que el contenido y la duración de las cláusulas de no captación de empleados y de no competencia no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, por lo que se pueden entender comprendidas dentro de la misma.

¹ Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial

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

- (18) 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, por no alcanzar los umbrales descritos en el artículo 1.
- (19) 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.a) de la misma.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. ESSELTE INNEHAV AB (ESSELTE)

- (20) ESSELTE es un grupo de sociedades dedicado a la fabricación de material de oficina. Sus actividades se dividen en tres grandes áreas:
- Creativa, que comprende diversas herramientas de transformación tanto para usuarios domésticos creativos como para profesionales. Entre estos productos destacan los dispensadores de adhesivos manuales y los productos de plastificación en frío que no utilizan calor, pilas ni electricidad. La principal marca en esta categoría es Xyron.
 - Área de trabajo, referida a productos y soluciones directamente utilizados en el flujo de documentos, manejados desde el propio puesto de trabajo. Las marcas principales en esta categoría son Esselte y Leitz.
 - Soluciones organizativas. Se trata de productos dirigidos a la organización, almacenamiento y archivo de documentos (por ejemplo: carpetas tradicionales, carpetas colgantes, etc.), utilizando marcas como Pendaflex, Oxford y Leitz.
- (21) Según la notificante, ESSELTE está controlada desde el año 2002 por la sociedad de capital riesgo estadounidense J.W. Childs Associates, L.P.
- (22) El volumen de negocios de ESSELTE 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, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ESSELTE EN 2008 (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

V.2. ISABERG HOLDING AB (ISABERG)

- (23) ISABERG es un fabricante de material de oficina, cuyas actividades se centran en las siguientes áreas de negocio:
- Oficina: grapadoras, perforadoras y quitagrapas, entre otros productos.

- Herramientas: entre otros productos, incluye grapadoras profesionales, perforadoras de alta capacidad, martillos grapadores, pistolas de pegamento y pistolas de aire caliente.
 - Soluciones internas: esta área incluye soluciones para fabricantes de máquinas impresoras y copiadoras que pueden usarse para mejorar el manejo de papel.
- (24) ISABERG está controlada desde el año 2006 por el fondo de inversión sueco Segulah III, L.P.
- (25) El volumen de negocios durante el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ISABERG EN 2008 (Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS AFECTADOS POR LA OPERACIÓN

VI.1. Mercados de producto

- (26) La operación afecta al sector de la fabricación de materiales de oficina. La notificante, basándose en un informe del año 2002 del Servicio de Defensa de la Competencia sobre el sector de la fabricación de material de oficina², considera cuatro categorías dentro de material de oficina:
- Materiales de archivo y clasificación, compuesto por una amplia gama de productos para organizar, controlar, almacenar y archivar documentos en papel, como por ejemplo carpetas de anillas y fundas de plástico.
 - Productos para el puesto de trabajo, donde se incluyen, entre otros, productos como grapadoras, perforadoras, bandejas de plástico, etc.
 - Sistemas de identificación y etiquetado, que engloba sistemas de etiquetado en general.
 - Otros productos de oficina, que comprende una serie de productos no incluidos en ninguna de las anteriores categorías como, por ejemplo, accesorios para ordenadores.
- (27) ESSELTE está presente en los sectores de materiales de archivo y clasificación, productos para el puesto de trabajo, así como en el de otros productos de material de oficina.
- (28) ISABERG sólo está presente en el sector de productos para el puesto de trabajo, y más concretamente en los segmentos de grapadoras, perforadoras, grapas y quitagrapas.

² Véase informe del SDC de 17/06/2002 en el expediente N-250 J.W. Childs Associates, L.P. /Esselte AB

- (29) La notificante defiende la existencia de un solo mercado de producto relevante de fabricación y comercialización de materiales para el puesto de trabajo, aludiendo a la existencia de sustituibilidad por el lado de la demanda, en la medida que los principales clientes de ESSELTE e ISABERG en este ámbito son distribuidores mayoristas que adquieren toda la gama de productos de materiales para el puesto de trabajo, y que luego revenden a distribuidores minoristas o clientes finales.
- (30) Sin embargo, esta Dirección de Investigación estima que desde el punto de vista de sustituibilidad por el lado de la demanda del consumidor final, que es el que se debe analizar a la hora de delimitar el mercado de producto relevante, grapadoras, perforadoras, grapas y quitagrapas no son sustitutivos, por lo que a los efectos del presente expediente, no es aceptable la definición del mercado de producto relevante propuesta por la notificante. Esta conclusión ha sido ratificada por los resultados del test de mercado.
- (31) La notificante también defiende alternativamente la existencia de un mercado de producto relevante que abarcaría la fabricación y comercialización de grapadoras, perforadoras, grapas y quitagrapas, sobre la base de que existe sustituibilidad por el lado de la oferta, ya que la fabricación de estos productos se lleva a cabo en las mismas plantas de producción, utilizan maquinaria similar y usan métodos de distribución similares.
- (32) El test de mercado ha evidenciado que sí existe cierta sustituibilidad por el lado de la oferta entre grapadoras, perforadoras y quitagrapas, en la medida que ha ratificado que para su fabricación sí se utiliza una maquinaria similar. En cambio, la fabricación de grapas requiere una maquinaria distinta, por lo que en dicho caso no existiría sustituibilidad por el lado de la oferta.
- (33) En todo caso, la sustituibilidad por el lado de la oferta entre grapadoras, perforadoras y quitagrapas puede ser limitada, en la medida que cada tipo de producto requiere para su fabricación unos moldes diferentes para su fabricación, cuya sustitución puede tener un coste significativo en tiempo y dinero. En este sentido, en el test de mercado no existe un consenso sobre el coste en tiempo y dinero de pasar de producir un tipo de producto a otro.
- (34) Por otra parte, dentro de los segmentos de grapadoras y perforadoras se puede distinguir entre grapadoras/perforadoras de altas prestaciones (normalmente son eléctricas) y grapadoras/perforadoras, cuya sustituibilidad por el lado de la demanda o de la oferta puede ser limitada.
- (35) A la vista de todo lo anterior, a los efectos del presente expediente, existen tres posibles definiciones razonables de los mercados de producto relevantes:
- Un mercado de fabricación y comercialización de grapadoras, perforadoras y quitagrapas por una parte, y otro mercado de fabricación y comercialización de grapas.
 - Mercados diferenciados de fabricación y comercialización de grapadoras, perforadoras, quitagrapas y grapas.

- Mercados diferenciados de fabricación y comercialización de grapadoras eléctricas, grapadoras ordinarias, perforadoras eléctricas, perforadoras ordinarias, quitagrapas y grapas.
- (36) En todo caso, a los efectos del presente expediente no es necesario cerrar la definición exacta de los mercados de producto relevantes, en la medida en que no se alteran las conclusiones del análisis. En todo caso, se examinarán los efectos de la operación de concentración notificada bajo cada una de las tres posibles definiciones de los mercados de producto relevantes.

VI.2. Mercados geográficos

- (37) La notificante considera que la dimensión geográfica relevante de los mercados de producto considerados debe ser al menos europea, dado que la mayoría de los fabricantes venden sus productos en todo el territorio del Espacio Económico Europeo (EEE). También considera la notificante que incluso se podría llegar a hablar de un mercado geográfico mundial, por el hecho de la fuerte irrupción en el mercado de empresas extracomunitarias, especialmente procedentes de Asia.
- (38) El test de mercado realizado por esta Dirección de Investigación muestra que los clientes de los fabricantes de estos productos, realizan sus compras tanto a fábricas situadas en España como fuera del territorio nacional. Además, estos distribuidores estarían dispuestos a sustituir una parte de su demanda en España por productos fabricados en el EEE y fuera del EEE, ante aumentos permanentes del 5-10% de precios de estos productos en España.
- (39) Por otro lado, de las respuestas al test de mercado también se constata una presencia cada vez mayor en el mercado de estos productos, de competidores que utilizan fábricas situadas en China.
- (40) En todo caso, existen aranceles a la importación de estos productos en el EEE, del 2-3% del precio de venta.
- (41) Sin perjuicio de lo anterior, es preciso destacar que la estructura de la oferta en España está mucho más concentrada que en el resto del EEE.
- (42) A la vista de lo anterior, se puede considerar que, a los efectos del presente expediente, los ámbitos geográficos relevantes de los mercados de producto considerados previsiblemente tienen una dimensión europea. En todo caso, es necesario analizar también los efectos de la concentración notificada en España.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Estructura de la oferta

- (43) Las empresas suministradoras de productos para el puesto de trabajo (workspace) poseen fábricas repartidas por diversos países del territorio del EEE y en China. Por lo que se refiere a las empresas partícipes en la operación de concentración, ESSELTE es la única que tiene una fábrica en territorio español, más concretamente en la provincia de Barcelona, cuya producción va dirigida

mayoritariamente al mercado español. De hecho, esta fábrica cubre un porcentaje muy elevado de las ventas de ESSELTE en España³.

- (44) El resto de las principales competidoras tienen instaladas sus fábricas principalmente en los países del resto del EEE y en China, salvo en el caso de El Casco, cuya producción se realiza mayoritariamente en España.
- (45) Si se considera la propuesta de la notificante en cuanto a mercado relevante de productos de materiales para el puesto de trabajo, la cuota de mercado conjunta de las partícipes para el año 2008 en España es del [30-40]% (adición de [0-10] puntos), mientras que en el EEE es del [10-20]% (adición de [0-10] puntos).
- (46) Por otra parte, teniendo en cuenta la primera de las tres posibles definiciones de los mercados de producto relevantes enumeradas anteriormente; es decir, mercado de fabricación y comercialización de grapadoras, perforadoras y quitagrapas por una parte, y por otro lado mercado de fabricación y comercialización de grapas, el grupo resultante de la concentración tiene una cuota de mercado para el año 2008 en España del [70-80]% (adición de [10-20] puntos), en el primer segmento considerado, y del [70-80]% (adición de [10-20] puntos), en el caso de grapas.
- (47) En el EEE, las cuotas de mercado en el mismo periodo representan el [40-50]% (adición de [10-20] puntos) para el primer segmento considerado, y el [10-20]% (adición de [10-20] puntos) para el segmento de grapas.
- (48) De los datos aportados se deduce que el grupo resultante de la operación de concentración tendría una posición de liderazgo en España en los dos mercados de producto relevantes, si bien ESSELTE ya ocupaba esta posición en solitario. A nivel del EEE, la entidad resultante tendría un peso relativo importante, aunque menor que en España.
- (49) Considerando la segunda posibilidad, mercados diferenciados de fabricación y comercialización de grapadoras, perforadoras, quitagrapas y grapas, las cuotas de mercado de las partícipes en España y en EEE para el año 2008 son las siguientes:

³ En particular, la fábrica de Barcelona produce el [90-100]% de los quitagrapas que ESSELTE vende en España, el [90-100]% de las grapas, el [60-70]% de las grapadoras ordinarias ([30-40]% restante proviene de China), y el [80-90]% de las perforadoras ordinarias ([10-20]% restante de China). Las excepciones son las grapadoras y las perforadoras eléctricas, que provienen en un [90-100]% de China.

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPADORAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[10-20]%
Isaberg	[...]	[20-30]%
Esselte + Isaberg	[...]	[40-50]%
Acco	[...]	[20-30]%
Novus	[...]	[0-10]%
Bostitch	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[20-30]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPADORAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[60-70]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[80-90]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[10-20]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PERFORADORAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[30-40]%
Isaberg	[...]	[0-10]%
Esselte + Isaberg	[...]	[40-50]%
Acco	[...]	[10-20]%
Rapesco	[...]	[0-10]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[30-40]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PERFORADORAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[50-60]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[60-70]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[20-30]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[0-10]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[10-20]%
Acco	[...]	[10-20]%
Novus	[...]	[0-10]%
Bostitch	[...]	[0-10]%
Zenith	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[60-70]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[50-60]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[70-80]%
Casco	[...]	[0-10]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[20-30]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUITAGRAPAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[0-10]%
Isaberg	[...]	[0-10]%
Esselte + Isaberg	[...]	[10-20]%
Acco	[...]	[0-10]%
Novus	[...]	[0-10]%
Rapesco	[...]	[0-10]%
Bostitch	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[60-70]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUITAGRAPAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[40-50]%
Isaberg	[...]	[0-10]%
Esselte + Isaberg	[...]	[50-60]%
Novus	[...]	[0-10]%
Acco	[...]	[0-10]%
Maped	[...]	[0-10]%
China (marcas varias)	[...]	[20-30]%
Otros	[...]	[10-20]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante

- (50) Considerando esta segmentación, para el caso español y dentro de los subsegmentos de grapadoras, perforadoras, grapas y quitagrapas, las cuotas de mercado combinadas de las partícipes son de [80-90]%, [60-70]%, [70-80]% y [50-60]%, respectivamente, que muestra una clara posición de liderazgo por parte del grupo resultante de la operación de concentración, si bien esta posición ya la tenía ESSELTE anteriormente por sí sola.
- (51) A nivel del EEE, el grupo no sobrepasa en ningún segmento el 50% de cuota de mercado. Existen en este mercado varios competidores como Acco, Novus, etc. que poseen importantes cuotas de mercado, pero que no desbancan al grupo resultante de su posición de líder en ninguno de los segmentos considerados.
- (52) Por último, teniendo en cuenta una mayor segmentación para el caso de grapadoras y perforadoras, diferenciando entre eléctricas y ordinarias, las cuotas de mercado de las partícipes en España y en EEE para el año 2008 se recogen en el **Anexo 1**. La estructura de la oferta de estos mercados no presenta variaciones significativas respecto a la de los mercados generales de grapadoras y perforadoras, salvo en el caso de las perforadoras eléctricas, donde la cuota de la entidad resultante es más elevada, del [60-70]% en el EEE y del [80-90]% en España.
- (53) Cabe destacar de esta segmentación la importancia de ISABERG en el sector de grapadoras eléctricas, en donde tiene una cuota de mercado muy superior a la de ESSELTE, tanto en España como en EEE, que pone de manifiesto una mayor especialización de ISABERG en productos de gama alta o especiales.

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

- (54) La notificante señala que los clientes directos de sus productos son grandes cadenas de distribución mayorista que, por su tamaño, cuentan con cierto poder de compra frente a las empresas dedicadas a la fabricación de material de oficina. En este sentido, la notificante indica que tanto ESSELTE como ISABERG carecen de instalaciones de distribución.
- (55) De los datos aportados por el test de mercado se desprende que, efectivamente, la mayor parte de las ventas de los fabricantes van a distribuidores mayoristas, que adquieren y revenden a distribuidores minoristas o clientes finales la gama de productos de material de oficina, y que sólo un pequeño porcentaje de sus ventas van dirigidas a usuarios finales.
- (56) Por otro lado, cabe destacar que los distribuidores no suelen adquirir todos los productos al mismo fabricante. Además, existen fabricantes sustitutivos a las empresas partícipes, como por ejemplo Novus, Maped, Bostitch, etc. con gran presencia en el mercado europeo. Asimismo, todos los distribuidores consultados en el test de mercado manifiestan la no dificultad para cambiar de proveedor, y que estarían dispuestas a adquirir los productos fuera de España si fuera conveniente para su negocio.

- (57) En lo que se refiere a los precios, la evolución ha sido creciente en los últimos años, entorno al [0-10]%, según la notificante, fundamentalmente debido al incremento del precio de las materias primas.
- (58) Sin embargo, el aumento parece que se está compensando con la aparición creciente en los últimos años de los productos denominados de marca blanca, principalmente en lo que se refiere a la gama baja o productos más económicos, si bien no existe consenso entre las empresas consultadas sobre la magnitud del efecto. En este sentido, la empresa distribuidora OFFICE DEPOT comercializa productos de marca blanca que son fabricados por la empresa MAPED. También en el test de mercado se señala la creciente capacidad de fabricar productos de marca blanca por fabricantes asiáticos, pero sin señalar los nombres de los mismos ni los distribuidores de estos productos.

VII.3. Barreras a la entrada – Competencia potencial

- (59) Las barreras arancelarias aplicadas a estos productos son reducidas. En este sentido, de acuerdo con la base de datos arancelaria de la Comisión Europea⁴, el tipo por derechos de arancel aduanero aplicable a la importación de materiales de archivo es del 2,7%, mientras que el aplicable a la importación de grapadoras y perforadoras es del 2,2%.
- (60) Las inversiones para la entrada de nuevos competidores se centran fundamentalmente en la adquisición de la maquinaria necesaria para la fabricación de los productos. En este sentido, en el proceso de fabricación se utilizan dos tipos de maquinaria:
- Una específica para cada pieza, compuesta por moldes de inyección o de prensado y moldeado.
 - Una genérica, que se utiliza de manera complementaria a la específica, como por ejemplo máquinas de inyección.

Ambos tipos de maquinaria pueden ser utilizados en otras industrias, como por ejemplo las de automóviles o componentes de aviación, por lo que no suelen estar protegidas por patentes. El test de mercado refleja la poca importancia de las patentes en este sector.

- (61) Los costes de adquisición de la maquinaria dependen del producto considerado. El período estimado para poner un producto nuevo en el mercado, desde su concepción hasta su distribución, oscila entre 6 meses y 2 años atendiendo a las respuestas del test de mercado.
- (62) En lo que se refiere a los gastos de I+D, no existe consenso en el sector, ya que para algunos fabricantes estos gastos no son importantes, y para otros son fundamentales para el éxito del negocio. En general, parece que estos gastos inciden más en la parte de diseño y utillaje.

⁴ TARIC ("Tariff Integrated Customs Area")

- (63) Otras barreras a la entrada podrían estar constituidas por el distinto modelo de grapas mayoritariamente utilizado en España respecto al resto de Europa, así como la posición de liderazgo de Esselte en España, que puede constituir para las empresas una barrera para la introducción de sus productos en el mercado español.
- (64) Cabe destacar en las respuestas de los distribuidores al test de mercado, la importancia que otorgan a la fidelidad de la marca, sobre todo en el caso de algunos de los productos de la empresa ESSELTE (por ejemplo la grapadora Petrus). Sin embargo, esta fidelidad se observa más bien desde la óptica del distribuidor, ya que para el consumidor final no parece que sea importante este aspecto.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (65) La operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición por ESSELTE del control exclusivo de ISABERG, y los mercados de producto afectados están relacionados con la fabricación y comercialización de grapadoras, perforadoras, quitagrapas y grapas, en los que se encuentran presentes tanto ESSELTE como ISABERG.
- (66) Con independencia de la definición exacta de los mercados de producto relevantes a los efectos del presente expediente, la posición de las partes en los mismos es muy significativa, pues ESSELTE e ISABERG suelen ser el primer y segundo operador, tanto en España como en el EEE, situándose a gran distancia del resto de operadores.
- (67) Las cuotas de mercado de la entidad resultante son especialmente elevadas en España, donde superan el 50% en todos los posibles mercados de producto considerados, y que en muchos casos son cercanas al [65-75]%, con adiciones de [10-20] puntos aproximadamente, salvo en quitagrapas, donde la cuota resultante es cercana al [45-50]% y la adición de [0-10] puntos. En el EEE, el ámbito geográfico relevante, la cuota de la entidad resultante oscila alrededor del [35-45]%, con unas adiciones cercanas a [10-20] puntos, salvo en los mercados de quitagrapas y grapas, donde la cuota de la entidad resultante se sitúa entre el [10-20]%.
- (68) Sin perjuicio de lo anterior, existen factores que limitan los posibles efectos perjudiciales para la competencia efectiva derivados de la operación de concentración notificada.
- (69) En primer lugar, el test de mercado ha evidenciado que en los mercados de producto considerados existen alternativas competitivas, que pueden compensar la pérdida de presión competitiva sobre ESSELTE que se pueda derivar de la desaparición de ISABERG como competidor independiente, especialmente si se tiene en cuenta que las fábricas de ISABERG están fuera de España. De hecho, operadores como EL CASCO, con fábricas en España, parecen estar bien situados como para ejercer una presión competitiva sobre la entidad resultante.
- (70) Adicionalmente, existe una tendencia hacia la configuración de un mercado mundial en la fabricación y comercialización de estos productos, siendo China la

principal fuente de oferta de los mismos, y donde se están desarrollando alternativas competitivas a la entidad resultante. De hecho, el test de mercado ha evidenciado que los principales clientes de las partes consideran que existen alternativas de suministro suficientes como para compensar las posibles restricciones a la oferta en España que pueda intentar implantar la entidad resultante.

- (71) En segundo lugar, los principales clientes de la entidad resultante son grandes distribuidores mayoristas de material de oficina, que cuentan con cierto poder compensatorio por el lado de la demanda. En este sentido, éstos han señalado que no tendrían problemas para sustituir a ISABERG por otras fuentes de suministro del mercado español en los mercados de producto considerados. Asimismo, se está desarrollando una oferta de marca blanca, en la que los distribuidores contratan la fabricación con marca blanca de los productos considerados con productores como MAPED.
- (72) Por otra parte, el test de mercado ha evidenciado que no existen grandes barreras a la entrada en los mercados considerados. Así, los productos afectados no suelen contar con patentes significativas, y la entidad resultante no cuenta con redes de distribución propias en España, siendo sus principales clientes distribuidores mayoristas en el EEE, que suelen centralizar sus compras. Además, los productos considerados no cuentan con una imagen marca demasiado significativa de cara al consumidor final. Por ello, no es previsible que la entidad resultante pueda impedir la entrada o expansión de competidores en España si restringe su oferta o aumenta excesivamente los precios en los mercados considerados.
- (73) A la vista de todo lo anterior, no cabe esperar que la operación de concentración notificada suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados considerados, 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.

ANEXO 1: Mercados grapadoras y perforadoras, ordinarias y eléctricas

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPADORAS ORDINARIAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[10-20]%
Isaberg	[...]	[20-30]%
Esselte + Isaberg	[...]	[40-50]%
Acco	[...]	[20-30]%
Novus	[...]	[0-10]%
Bostitch	[...]	[0-10]%
Zenith	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[10-20]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPADORAS ORDINARIAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[60-70]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[80-90]%
Casco	[...]	[0-10]%
Maped	[...]	[0-10]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[0-10]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPADORAS ELÉCTRICAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[10-20]%
Isaberg	[...]	[30-40]%
Esselte + Isaberg	[...]	[40-50]%
Acco	[...]	[20-30]%
Novus	[...]	[10-20]%
Rapesco	[...]	[0-10]%
Bostitch	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[10-20]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GRAPADORAS ELÉCTRICAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[20-30]%
Isaberg	[...]	[60-70]%
Esselte + Isaberg	[...]	[80-90]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[0-10]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PERFORADORAS ORDINARIAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[20-30]%
Isaberg	[...]	[0-10]%
Esselte + Isaberg	[...]	[30-40]%
Acco	[...]	[10-20]%
Rapesco	[...]	[0-10]%
Novus	[...]	[0-10]%
Zenith	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[30-40]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PERFORADORAS ORDINARIAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[50-60]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[60-70]%
Casco	[...]	[20-30]%
Maped	[...]	[0-10]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[0-10]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante

MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PERFORADORAS ELÉCTRICAS EEE 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[50-60]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[60-70]%
Acco	[...]	[0-10]%
Rapesco	[...]	[0-10]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[20-30]%
Total	[...]	100,0%
MERCADO FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PERFORADORAS ELÉCTRICAS ESPAÑA 2008		
EMPRESA	VENTAS (€)	CUOTA DE MERCADO (%)
Esselte	[...]	[60-70]%
Isaberg	[...]	[10-20]%
Esselte + Isaberg	[...]	[80-90]%
Novus	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[10-20]%
Total	[...]	100,0%

Fuente: Notificante