



**RESOLUCIÓN** (Expte. C-0126/08, THERMO FISHER/BONSAI)

CONSEJO

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

En Madrid, a 28 de enero de 2009.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la concentración económica consistente en la adquisición por parte de THERMO FISHER SCIENTIFIC INC. del control exclusivo de BONSAI TECHNOLOGIES GROUP S.A., mediante la compra del [...] % de su capital (Expte. C/0126/08) 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/0126/08 THERMO FISHER/BONSAI

---

- (1) Con fecha 17 de diciembre de 2008 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación relativa a la adquisición por parte de THERMO FISHER SCIENTIFIC INC. ("THERMO FISHER") del control exclusivo de BONSAI TECHNOLOGIES GROUP, S.A. ("BONSAI") mediante la compra del [...] <sup>1</sup>% de su capital.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por THERMO FISHER según lo establecido en el artículo 9.4 la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia por superar los umbrales establecidos 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 Ley 15/2007 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 Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".
- (5) En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 55.5 de la Ley 15/2007 la Dirección de Investigación requirió del notificante con fecha 30 de diciembre de 2008 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 12 de enero de 2009.
- (6) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **30 de enero de 2008**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

#### **1. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (7) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de THERMO FISHER del control exclusivo de BONSAI mediante la compra del [...] % de su capital. Como resultado de la operación, THERMO FISHER adquirirá el pleno control sobre BONSAI y su filial BONSAI Portugal.
- (8) La operación no incluye a otras empresas actualmente pertenecientes al mismo grupo que BONSAI, que permanecerán como operadores independientes en los mercados de distribución de productos de laboratorio. Estas sociedades son

---

<sup>1</sup> Se indican entre corchetes aquellos datos cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.



Bonsai Advanced Technologies, S.L. ("BAT"), Unicam Ibérica, S.L. y Unicam Sistemas Analíticos, Lda. ("Unicam Portugal").

- (9) La operación se articula mediante un Contrato de Compraventa firmado entre Fisher Bioblock Scientific, S.L.U. (FBS), una sociedad participada al 100% por THERMO FISHER, (comprador) por un lado, y Bonsai Venture Capital, S.A., Unicam Ibérica, S.L., D. [...] y D. [...] (vendedores), por otro.
- (10) La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de España.

## **2. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

- (11) La Cláusula 8 del Contrato de Compraventa incluye una cláusula de no competencia según la cual los vendedores se han comprometido a no emprender ningún negocio que compita con el negocio adquirido en los territorios en los que, a fecha de cierre de la operación, el negocio adquirido desarrolle actividades o haya realizado inversiones para ello. Esta obligación de no competir tiene una duración de [no superior a tres años] a contar desde la fecha de cierre de la operación.
- (12) La cláusula inhibitoria de competencia incluye una cláusula de no captación dirigida a los vendedores, que les impide retener a empleados del negocio adquirido salvo aprobación expresa por FBS. Esta cláusula de no captación tiene el mismo alcance que la cláusula inhibitoria de competencia y no impide a los vendedores la contratación de empleados del negocio adquirido que se hayan dirigido a ellos por propia iniciativa.
- (13) En la citada cláusula 8 se incluye asimismo otro pacto de no captación para FBS por el que durante un periodo de [no superior a tres años] a partir de la fecha de cierre, el comprador no podrá, directa o indirectamente, promover ofertas de empleo, contratar o retener empleados o personas conectadas a BAT (empresa perteneciente al mismo grupo que el negocio adquirido pero que no está incluida en la operación) sin el previo consentimiento escrito de los vendedores. El notificante indica que en la medida en que las partes han excluido expresamente a BAT de la operación, es importante para los vendedores que el comprador no persiga activamente la contratación de los empleados de BAT, cuyo conocimiento del mercado es un activo de capital importancia para la sociedad.
- (14) Debido a que FBS no adquiere las empresas BAT y Unicam Portugal del Grupo BONSAI, se prevé un Acuerdo de Servicios Transitorios por el que BONSAI continuará prestando a BAT servicios financieros y de administración, servicios de tecnologías de la información y telecomunicaciones y acceso a almacenes y talleres. Asimismo, BAT continuará prestando a BONSAI servicios financieros de gestión diaria, preparación de cuentas anuales consolidadas y otros servicios propios de un Director Financiero. Igualmente, UNICAM Portugal continuará prestando a BONSAI Portugal servicios financieros y de administración. Este

Acuerdo de Servicios Transitorios tiene una duración máxima de [no superior a tres años] desde la fecha de cierre de la operación.

- (15) Finalmente, se incluye un Acuerdo Comercial entre BONSAI y BAT por el que BAT continuará adquiriendo de BONSAI algunos productos tales como aparatos de control de temperatura para laboratorios y otras aplicaciones analíticas e industriales, bombas de vacío sin aceite, sistemas centralizados de vacío y sistemas automatizados de vacío para destilaciones. Este acuerdo prevé también la prestación por BAT de algunos servicios a favor de BONSAI, que incluyen el mantenimiento regular, preventivo y correctivo de algunos productos, así como la limpieza, recambio de partes defectuosas y verificación de productos antes de su entrega.
- (16) Este Acuerdo Comercial tiene una duración de [no superior a tres años] a partir de su firma y no se prevé su renovación. El propósito de este acuerdo es evitar la ruptura, con motivo de la operación, de las actuales relaciones comerciales entre BONSAI y BAT (que incluyen el suministro de productos y la prestación de servicios). Según la notificante, este Acuerdo Comercial mantendrá durante un periodo razonable de tiempo la relación existente entre las partes, de manera que los negocios de BONSAI y BAT puedan continuar después de la operación.
- (17) El apartado 3 del artículo 10 de la Ley 15/2007 establece que “podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.
- (18) 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 considera que en el presente caso el contenido de las cláusulas referidas no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, por lo que forman parte de la misma.

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

- (19) 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.
- (20) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1 a) de la misma.

### **4. EMPRESAS PARTICIPES**

#### **4.1. THERMO FISHER SCIENTIFIC INC. ("THERMO FISHER")**

- (21) THERMO FISHER es una sociedad estadounidense cuyas acciones cotizan en la Bolsa de Nueva York, sin que exista ningún accionista o grupo de accionistas que controlen directa o indirectamente la empresa. Sus actividades se centran en el diseño, fabricación y venta de instrumentación analítica, equipos científicos,

consumibles, reactivos, servicios y software para laboratorios de investigación científica.

- (22) THERMO FISHER desarrolla sus actividades en todo el mundo, ya sea directamente o a través de una red de distribuidores independientes.
- (23) En España, THERMO FISHER cuenta con las siguientes filiales para la distribución de productos de laboratorio: FISHER BIOBLOCK SCIENTIFIC, AFORA y HUCOA ERLÖSS. Estas tres empresas distribuyen no sólo productos del grupo sino también productos de terceros fabricantes.
- (24) Además, THERMO FISHER tiene otras filiales que realizan ventas directas de los productos del grupo a clientes y a distribuidores.<sup>2</sup>
- (25) La facturación THERMO FISHER en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008, es la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS THERMO FISHER EN EL EJERCICIO 2007 (Millones de Euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

#### 4.2. BONSAI TECHNOLOGIES GROUP, S.A. (“BONSAI”)

- (26) BONSAI es una empresa española fundada en 1999 y dedicada a la distribución de instrumentos de alta tecnología.
- (27) En 2003, BONSAI también empezó a desarrollar actividades en Portugal a través de su filial Bonsai Technologies - Sistemas para Biotecnología e Industria, Unipessoal Lda. ("Bonsai Portugal") de la que detenta la totalidad de su capital social.
- (28) El 1 de octubre de 2005, el órgano de administración de BONSAI decidió escindir el negocio de BONSAI y crear la sociedad Bonsai Advanced Technologies, S.L. ("BAT").
- (29) Las sociedades BAT, Unicam Ibérica y Unicam Portugal del Grupo BONSAI no están incluidas en la presente operación, y permanecerán como operadores independientes en los mercados de distribución de productos de laboratorio.
- (30) BONSAI distribuye en la actualidad una amplia gama de productos de laboratorio de diferentes fabricantes, entre ellos THERMO FISHER.
- (31) La facturación de BONSAI en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008, es la siguiente:

---

<sup>2</sup> [...]

VOLUMEN DE NEGOCIOS BONSAI EN EL EJERCICIO 2007 (Millones de Euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

## 5. MERCADOS RELEVANTES

### 5.1. Mercados de producto

- (32) El sector económico en el que se enmarca la operación es el de la distribución de productos de laboratorio. La operación también afecta verticalmente a la fabricación de productos de laboratorio, sector en el que sólo está presente el comprador.
- (33) En concreto, BONSAI distribuye una amplia gama de productos de laboratorio de diferentes fabricantes, entre ellos de THERMO FISHER. THERMO FISHER, por su parte, también lleva a cabo actividades de distribución de productos de laboratorio en España y Portugal, entre otros países. THERMO FISHER es también un fabricante de productos de laboratorio que distribuye a través de sus filiales o por distribuidores independientes.
- (34) Este sector ya ha sido objeto de operaciones de concentración tanto nacionales como comunitarias<sup>3</sup>, en las que se ha considerado que existe un único mercado de producto para la distribución de productos de laboratorio, si bien en el precedente nacional se distinguieron tres segmentos:
- Productos químicos de laboratorio, incluyendo ácidos, solventes, sales, bases, soluciones, amortiguadores, estándares, colorantes, tintes, productos biológicos, orgánicos e inorgánicos que se usan en investigaciones y desarrollo de consumo, pruebas analíticas y aplicaciones farmacológicas y de laboratorios.
  - Equipamientos, instrumentos y mobiliario de laboratorio, incluyendo productos alimentados por electricidad tales como congeladores, refrigeradores, incubadoras, hornos, chapas metálicas, agitadores, cocteleras, bombas, sistemas de agua, circuladores, enfriadores y bloques de calor, armarios, estaciones de trabajo, estanterías, lavabos, estaciones para la limpieza de ojos y sillas, centrifugadoras y otros.
  - Consumibles de laboratorio, tales como productos desechables, guantes, máscaras para la cara, protección de ojos, limpiaparabrisas, desinfectantes, limpiadores y productos desechables tales como botellas, viales, pipetas, portaobjetos y placas de Petri.
- (35) La Comisión Europea determinó igualmente que la distribución de productos de laboratorio constituía un único mercado de producto relevante, dentro del cual se

<sup>3</sup> Caso nacional N-07050 MADISON DEARBORN/CDRV INVESTORS y caso comunitario M.4242 THERMO ELECTRON/FISHER SCIENTIFIC

podían distinguir varios segmentos de mercado. En particular, teniendo en cuenta las actividades de las partes, la Comisión subdividió el mercado en concentradores y evaporadores, pipetas, boquillas de pipetas, micro-placas, acumuladores de placas, bañeras circulares y cámaras de electroforesis.

- (36) La Comisión Europea consideraba que la naturaleza del negocio de distribución exige vender una amplia gama de productos diferentes basados en catálogos para los consumidores finales. Sólo en caso de que haya modalidades particulares de distribución o necesidades especiales de los consumidores sería necesaria una mayor segmentación, lo que no sucede con los productos de laboratorio.
- (37) En efecto, la distribución de productos de laboratorio no incluye modalidades especiales de distribución. El mismo distribuidor puede vender numerosos productos diferentes a los mismos consumidores con el mismo modelo de negocio. Además, los clientes de productos de laboratorio tienen un perfil común (entidades y sociedades que necesitan llevar a cabo actividades de investigación y análisis).
- (38) Por otra parte, THERMO FISHER está presente en el mercado de la fabricación de productos de laboratorio. A diferencia de las actividades de distribución, en las que el mercado incluye diferentes productos que no se consideran sustitutivos (en la medida en que la actividad comercial es el negocio de distribución en sí), a nivel productivo cada tipo de aparato constituye un mercado separado, debido a la inexistencia de sustituibilidad entre los diferentes equipos e instrumentos.
- (39) Según el notificante, la cuota de mercado de THERMO FISHER en la fabricación de productos de laboratorio sólo supera el 25% en seis productos distintos. En España, sólo supera el 25% de cuota en relación con dos productos: las incubadoras de CO<sub>2</sub> y los congeladores ULT. Conviene tener presente que ninguno de ellos los distribuye actualmente BONSAI.
- Incubadoras de CO<sub>2</sub>: Las incubadoras de laboratorio son instrumentos utilizados en microbiología para controlar la temperatura, la humedad y otras condiciones en las cuales se realizan cultivos microbiológicos. En general, existen varias categorías de incubadoras, desde los modelos más sencillos, semejantes a cajas de aislamiento con climatizadores ajustables, a incubadoras más sofisticadas con más funciones. Las incubadoras de CO<sub>2</sub> son una categoría especial de incubadoras que tienen la peculiaridad de permitir al usuario controlar los niveles de CO<sub>2</sub>, lo que es apropiado para algunos cultivos.
  - Congeladores de temperatura ultra-baja (ULT): Los congeladores ULT son instrumentos que se utilizan para el almacenamiento de muestras por debajo de los cuarenta grados bajo cero, pudiendo alcanzar los ochenta y seis grados bajo cero. Las muestras que normalmente se almacenan en estos congeladores son muestras clínicas, muestras de médula ósea, y cultivos celulares y bacterianos. Los congeladores ULT se diferencian de otros

congeladores de laboratorio por varios motivos: (1) los rangos de temperatura son diferentes y (2) los congeladores ULT se fabrican sólo para su uso en laboratorio e incluyen funciones adicionales (tales como sistemas de cierre, alarmas y/o sistemas de seguridad adicionales para garantizar que la temperatura no se altera de forma inadvertida).

- (40) A la luz de las consideraciones anteriores, esta Dirección estima como mercados relevantes, a los efectos del análisis de la presente operación, el mercado de suministro de productos de laboratorio y sus tres segmentos (productos químicos de laboratorio, equipamientos, instrumentos y mobiliario para laboratorio y consumibles de laboratorio), el mercado de fabricación de incubadoras de CO2 y el mercado de fabricación de congeladores ULT.

## **5. 2. Mercados geográficos**

- (41) En opinión del notificante, que coincide con los precedentes apuntados, el ámbito geográfico para el mercado de distribución de productos de laboratorio es nacional. La mayoría de los distribuidores en este mercado todavía actúan a escala nacional. Del mismo modo, incluso las cuotas de mercado de los distribuidores multinacionales (como THERMO FISHER o VWR) presentan diferencias significativas entre los diferentes países.
- (42) El conocimiento de los mercados y clientes locales es fundamental en el desarrollo del negocio. La presencia física del distribuidor en un mercado nacional es necesaria, al objeto de proporcionar soporte técnico y de estar en posición de entregar los productos lo antes posible.
- (43) En cambio, el mercado geográfico relevante para la fabricación del equipamiento de laboratorio es, como mínimo, de carácter europeo. THERMO FISHER, como todos los fabricantes, tiene instalaciones centralizadas de producción (en Europa o en otros lugares del mundo) desde las cuales provee a distribuidores y clientes en todo el EEE.
- (44) Los fabricantes suelen tener instalaciones centralizadas de venta y mercadotecnia. Al tener esta estructura centralizada, los fabricantes establecen normalmente listas de precios con los distribuidores europeos, con los que se negocian descuentos a nivel individual y no por país.
- (45) Igualmente, los estándares técnicos se encuentran armonizados en los países europeos y no existen barreras técnicas significativas entre los países del EEE.

## **6. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **6.1. Estructura de la oferta**

#### **6.1.1. Mercado de suministro de productos de laboratorio**

- (46) A continuación se indican las estimaciones de las cuotas de las partes y sus principales competidores en España en el mercado de suministro general a



laboratorios así como en los tres segmentos de mercado mencionados anteriormente:

<b>Cuotas % en el mercado de suministro de productos de laboratorio en España</b>			
<b>Empresa</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
THERMO FISHER	[10-20]	[10-20]	[10-20]
BONSAI	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<b>THERMO F.+BONSAI</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-20]</b>
VWR	5-15	5-15	5-15
IZASA	0-10	0-10	0-10
PANREAC	0-10	0-10	0-10
TAPER	0-10	0-10	0-10
Otros	[35-85]	[35-85]	[35-85]
<b>Cuotas % en suministro de productos químicos de laboratorio en España</b>			
<b>Empresa</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
THERMO FISHER	[0-10]	[0-10]	[0-10]
BONSAI	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<b>THERMO F.+BONSAI</b>	<b>[0-10]</b>	<b>[0-10]</b>	<b>[0-10]</b>
VWR	25-35	25-35	25-35
PANREAC	25-35	25-35	25-35
SCHARLAB	10-20	10-20	10-20
SIGMA ALDRICH	5-15	5-15	5-15
BAKER	0-10	0-10	0-10
CARLO ERBA/SDS	0-10	0-10	0-10
Otros	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<b>Cuotas % en suministro equipamientos, instrumentos y mobiliario de laboratorio en España</b>			
<b>Empresa</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
THERMO FISHER	[15-30]	[15-30]	[15-30]
BONSAI	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<b>THERMO F.+BONSAI</b>	<b>[20-35]</b>	<b>[20-35]</b>	<b>[20-35]</b>
VWR	0-10	0-10	0-10
GRUPO TAPER	5-15	5-15	5-15
FLORES VALLES	5-15	5-15	5-15
BURDIÑOLA	5-15	5-15	5-15
IZASA	5-15	5-15	5-15
Otros	[0-60]	[0-60]	[0-60]
<b>Cuotas % en suministro consumibles laboratorio en España</b>			
<b>Empresa</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
THERMO FISHER	[10-20]	[10-20]	[10-20]
BONSAI	[0-10]	[0-10]	[0-10]
<b>THERMO F.+BONSAI</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-20]</b>	<b>[10-25]</b>
VWR	0-10	0-10	0-10
GRUPO SORIA MELGUIZO	5-15	5-15	5-15
SCHARLAB	0-10	0-10	0-10
BECKTON DICKINSON	0-10	0-10	0-10
VIDRAFOC	0-10	0-10	0-10
Otros	[25-85]	[25-85]	[25-85]

Fuente: Notificante.

(47) Según indica el notificante, algunos de los competidores de THERMO FISHER en la distribución se encuentran también integrados verticalmente en la fabricación de productos de laboratorio, como MALLINCKRODT BAKER, SIGMA ALDRICH, BECTON DICKINSON, CARLO ERBA o SCHARLAB.

### 6.1.2. Mercado de fabricación de productos de laboratorio

(48) A continuación se indican las estimaciones de las cuotas de las partes y sus principales competidores en los mercados de fabricación de incubadoras y de congeladoras ULT, en España y en la UE:

Incubadoras CO2 en la UE				
	2007		2008	
	Mill.Euros	Cuota %	Mill.Euros	Cuota %
<b>THERMO FISHER</b>	[...]	<b>50-60</b>	[...]	<b>50-60</b>
BINDER	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
EPPENDORF	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]

Fuente: Notificante.

Incubadoras CO2 en España				
	2007		2008	
	Mill.Euros	Cuota %	Mill.Euros	Cuota %
<b>THERMO FISHER</b>	[...]	<b>40-50</b>	[...]	<b>40-50</b>
SANYO	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
BINDER	[...]	10-20	[...]	10-20

Fuente: Notificante.

Congeladores ULT en la UE				
	2007		2008	
	Mill.Euros	Cuota %	Mill.Euros	Cuota %
<b>THERMO FISHER</b>	[...]	<b>50-60</b>	[...]	<b>50-60</b>
SANYO	[...]	15-25	[...]	15-25
EPPENDORF	[...]	5-15	[...]	5-15

Fuente: Notificante.

Congeladores ULT en España				
	2007		2008	
	Mill.Euros	Cuota %	Mill.Euros	Cuota %
<b>THERMO FISHER</b>	[...]	<b>[80-90]</b>	[...]	<b>[80-90]</b>
SANYO	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
EPPENDORF	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]

Fuente: Notificante.

### 6.2. Estructura de la demanda

(49) Los compradores de productos de laboratorio operan en los sectores de la investigación, desarrollo y fabricación de productos farmacéuticos,

biotecnológicos, educativos, químicos, tecnológicos, productos de alimentación y otras industrias.

- (50) Se trata de empresas públicas o semi-públicas en las áreas de la salud y de la investigación o de empresas que desarrollan actividades de I+D en un número heterogéneo de sectores. En cualquier caso, los clientes tienen perfiles de demanda muy especializados, con un conocimiento profundo del mercado por lo que, según la notificante, cuentan con un elevado poder de negociación.
- (51) THERMO FISHER estima que en torno al 50% de la demanda en España está formada por clientes públicos, si bien en el caso concreto de esta empresa, este porcentaje se eleva hasta el [...]%. A nivel europeo, sus principales clientes son: [...], etc.
- (52) Según la notificante, debido a la importancia de los concursos en el sector, las marcas tienen una importancia muy limitada, y, en su caso, siempre vinculada a la posesión de ciertos estándares de calidad y características exigidas por la demanda.
- (53) El precio y la disponibilidad son factores clave en la demanda de productos de menor complejidad tecnológica, mientras que los elementos relacionados con la calidad se incrementan en los productos de alta tecnología, según la notificante.
- (54) El mercado de distribución de productos de laboratorio y sus tres segmentos son mercados maduros. De conformidad con las estimaciones de THERMO FISHER, estos mercados pueden crecer entre un [...]% en los próximos cinco años. Este crecimiento está relacionado con el incremento previsto en la demanda de productos de bio-tecnología y del sector de las ciencias de la vida.

### **6.3. Estructura de la distribución y precios**

- (55) Los distribuidores de productos de laboratorio pueden adquirir sus productos directamente de los fabricantes o a través de otros distribuidores. Dado que la viabilidad comercial del negocio de distribución pasa por contar con una oferta diversa de productos, un distribuidor de productos de laboratorio no puede depender sólo de una fuente de abastecimiento o de un único producto.
- (56) En el caso de la presente operación, el notificante indica que, por ejemplo, BONSAI adquiere productos de laboratorio de THERMO FISHER<sup>4</sup>, pero también de otros fabricantes, tales como [...]
- (57) En este sentido, si bien algunos distribuidores pueden tener acuerdos de distribución exclusiva con algunos fabricantes en relación con productos determinados, la mayoría de los productos son distribuidos a través de un número diverso de operadores (distribución multicanal), con vistas a incrementar la penetración de mercado de los productos.

---

<sup>4</sup> [...].

- (58) Existen fabricantes de productos de laboratorio que de manera principal han optado por vender y distribuir sus productos directamente a los clientes. Son empresas como SIGMA-ALDRICH, PERKIN ELMER, QIAGEN o INVITROGEN (actualmente LIFE TECHNOLOGIES).
- (59) Existen otros, en cambio, con presencia en más de un Estado miembro del EEE, que cuentan con centros regionales en España y/o Portugal que actúan como bases para la distribución de los productos en estas áreas, como, por ejemplo, THERMO FISHER y VWR. Otros competidores que podrían incluirse en esta categoría son DOMINIQUE DUTSCHER (con actividades en Francia y el Reino Unido), ONE MED (con actividades en Suecia, Dinamarca, Noruega y Finlandia) o NORDIK BIOLAB (con actividades en Suecia, Dinamarca y Finlandia).
- (60) THERMO FISHER estima que las empresas multinacionales y los fabricantes que distribuyen directamente sus productos representan aproximadamente la mitad del mercado, mientras que el resto del mercado se repartiría entre los distribuidores nacionales y regionales/locales (en proporción 40% - 10%, respectivamente).
- (61) En los últimos años, no han existido cambios apreciables en los precios de suministro de productos químicos para laboratorio, y en el de consumibles de laboratorio, se ha producido una disminución en los precios debido a las condiciones del mercado.

#### **6.4. Competencia potencial - Barreras a la entrada**

- (62) El notificante indica que el mercado de distribución de productos de laboratorio no tiene barreras de entrada significativas. La principal prueba de ello es la cantidad de empresas que desarrollan estas actividades en Europa, y el perfil diverso de los distintos operadores.
- (63) No existen en el sector barreras legales o administrativas que impidan o dificulten la actividad de distribución. Tampoco requieren estas actividades una inversión significativa en términos de tiempo o dinero.
- (64) Las importaciones desde terceros países son frecuentes. Debe señalarse que la mayoría de los productos de laboratorio vendidos en España se adquieren a fabricantes que no se encuentran localizados en España, debido a que los costes de transporte son bajos.

#### **7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN.**

- (65) La operación de concentración consiste en la adquisición por THERMO FISHER SCIENTIFIC INC. del control exclusivo sobre BONSAI TECHNOLOGIES GROUP, S.A. mediante la compra del [...] % de su capital.
- (66) Los mercados relevantes son el mercado de distribución de productos de laboratorio, distinguiendo sus tres segmentos, y, relacionado verticalmente con éste, el mercado de fabricación de productos de laboratorio, en particular el de

incubadoras de CO2 y congeladores ULT, en los que THERMO FISHER supera la cuota del 25% en España.

- (67) La operación supone la integración vertical de THERMO FISHER con uno de sus distribuidores en España. De este modo, THERMO FISHER tendrá acceso a la red de distribución de BONSAI, incrementando su capacidad de distribución, si bien THERMO FISHER también distribuye directamente sus productos.
- (68) La operación produce solapamiento de actividades de las partes en el mercado de distribución de productos de laboratorio, donde THERMO FISHER es el líder en España con una cuota del [10-20]%, a la que sumará tras la operación el [0-10]% de BONSAI. Por segmentos, THERMO FISHER alcanza una mayor cuota en distribución de equipamiento de laboratorio, con una cuota en España del [15-30]%, por un [0-10]% de BONSAI.
- (69) En el mercado europeo de fabricación de productos de laboratorio, THERMO FISHER alcanza una mayor cuota en incubadoras de CO2 y congeladores ULT, con el 50-60%. En España, también es el líder en estos mercados, con una cuota del 40-50% en incubadoras y del [80-90]% en congeladores ULT.
- (70) No obstante las elevadas cuotas de THERMO FISHER en estos mercados de fabricación, no es probable que tras la operación pueda tener la capacidad de dañar a otros distribuidores de productos de laboratorio intentando limitar el acceso a los productos que fabrica. Hay que tener en cuenta que los distribuidores venden habitualmente una gama completa de productos y que, como ha indicado la Comisión Europea en el caso THERMO/FISHER, ninguno de estos productos es indispensable para que un distribuidor pueda desarrollar sus actividades comerciales. Además, los clientes de este sector suelen recurrir a múltiples suministradores y a convocar concursos para seleccionar a sus proveedores. Como afirmaba la Comisión, dados los patrones de demanda de esta industria, incluso en caso de que la entidad resultante decidiera vender sus productos únicamente a través de los distribuidores de su grupo, los clientes finales siempre tendrían alternativas.
- (71) Igualmente, no es probable que tras la operación THERMO FISHER pueda bloquear el acceso a los clientes de fabricantes competidores. THERMO FISHER no sólo distribuye productos propios, sino también productos de otros fabricantes. A la vista de la fragmentación del mercado de distribución a nivel español, no existen obstáculos insalvables para que cualquier fabricante pueda tener acceso a una red de distribución.
- (72) Se trata de un mercado en el que opera un gran número de distribuidores nacionales y extranjeros, además de los propios fabricantes de productos de laboratorio que también venden al cliente final. Algunos de los competidores de THERMO FISHER en la distribución se encuentran también integrados verticalmente en la fabricación de productos de laboratorio, como MALLINCKRODT BAKER, SIGMA ALDRICH, BECTON DICKINSON, CARLO ERBA o SCHARLAB.



- (73) Además, según la notificante, la demanda ejerce una presión significativa sobre los precios, ya que está formada por empresas públicas o semi-públicas en las áreas de la salud y de la investigación y empresas que desarrollan actividades de I+D tales como BAYER, BASF, NOVARTIS, SANOFI y ASTRA ZENECA.
- (74) Por lo tanto, teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado.

## **8. PROPUESTA**

- (75) 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.