



RESOLUCIÓN (Expte. C-0065/08, MONSANTO/DRS)

CONSEJO

D Luis Berenguer Fuster, Presidente
D. Fernando Torremocha García-Sáens, Vicepresidente
D. Emilio Conde Fernández Oliva, Consejero
D. Miguel Cuerdo 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 22 de mayo de 2008.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la adquisición por parte de MONSANTO COMPANY de la sociedad DE RUITER SEEDS B.V. (Expte. C/0065/08) 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. Esta autorización no alcanza a la obligación de confidencialidad, de forma que quedaría sujeta a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

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/0065/08 MONSANTO / DRS

I. ANTECEDENTES

Con fecha 23 de abril de 2008 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa Monsanto Company (en adelante MONSANTO) de la sociedad De Ruiter Seeds, B.V. (en adelante DRS).

Dicha notificación ha sido realizada por MONSANTO 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.

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.

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".

De acuerdo con lo estipulado en el 9.6 de la Ley 15/2007, la notificante solicita que se levante la suspensión de la ejecución de la concentración.

Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **23 de mayo de 2008**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de Monsanto Company (MONSANTO) del control exclusivo sobre De Ruiter Seeds, B.V. (DRS).

La operación se instrumenta mediante un contrato de compraventa de la totalidad de las acciones de DRS¹ firmado, con fecha [...], entre MONSANTO y la sociedad [...].²

¹ [Se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial].

² [...].

Por lo tanto, la anterior operación constituye una concentración económica conforme a lo previsto en el artículo 7.1.b) de la Ley 15/2007.

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 Brasil, Portugal, Turquía, Ucrania y España. Además, La operación puede estar sujeta a post-notificación en Grecia.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

III.1 Cláusula de no competencia

La cláusula 12 del acuerdo contiene un compromiso de no competencia por parte de [...], en su condición de vendedora de DRS. En un plazo [no superior a tres años] desde la formalización del acuerdo, ninguna compañía del grupo de la vendedora³ podrá llevar a cabo negocio o actividad alguna que impliquen actividades en competencia con las actividades que fueran propias de DRS con anterioridad a la formalización de la operación⁴.

III.2 Cláusula de no captación

La cláusula 12 del acuerdo incluye dos obligaciones de no captación que afectan a la vendedora de DRS:

- No captación de empleados: durante un plazo de [no superior a tres años] a contar desde la fecha de formalización de la operación, ningún miembro del grupo de la vendedora inducirá⁵ o pretenderá inducir a ningún director o trabajador con experiencia de las compañías del grupo DRS (a no ser que la captación se haya llevado a cabo a través de un anuncio en un periódico o de una publicación) para que abandone su posición en DRS en vistas a poder contratar a esa persona (Cláusula 12.1 (c)).
- No captación de proveedores: durante un plazo de [no superior a tres años] a contar desde la fecha de formalización del acuerdo, ningún miembro del grupo de la vendedora podrá contribuir de manera alguna a una merma o modificación en los contratos previos de suministro de ningún proveedor de DRS (Cláusula 12.1 (b)).

La duración y el ámbito de aplicación de esta cláusula se vincula al compromiso de no competencia descrito anteriormente y, por lo tanto, se considera necesaria para poder proteger el valor del negocio objeto de transferencia (recursos humanos y suministradores).

III.3 Acuerdo de confidencialidad

La cláusula 14 del acuerdo incluye una obligación de confidencialidad que afecta a MONSANTO en relación con la información confidencial relacionada con el grupo de

³ Aquí se incluyen el resto de las empresas controladas por la familia De Ruiter. [...].

⁴ [...].

⁵ Traducción literal aportada por la notificante.

la vendedora y que, una vez formalizada la operación, pueda llegar a manos de MONSANTO o de DRS.

En virtud de esta cláusula, MONSANTO procurará mantener la confidencialidad de esta información y, en la medida en que sea razonable, devolverá la información al vendedor o, en su caso, procederá a destruirla, sin que en ninguno de los dos casos pueda quedarse con copia de la documentación, a excepción de aquella información guardada por los asesores de MONSANTO para su registro profesional.

III.4 Valoración

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”.

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, en lo que respecta a España, el contenido y la duración de la cláusula de no competencia no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada. Igualmente, el contenido y la duración de la cláusula de no captación de proveedores, en la medida en que pretende asegurar frente al vendedor que MONSANTO va a poder conservar unos niveles suficientes de suministro del negocio adquirido, no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada.

La obligación de confidencialidad, por el contrario, no es una restricción accesoria de acuerdo con la Comunicación de la Comisión sobre restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) puesto que su finalidad es proteger a la vendedora y no a la adquirente, de forma que quedaría sujeta a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1 MONSANTO COMPANY (MONSANTO)

MONSANTO es una sociedad norteamericana, cuyas acciones cotizan en la bolsa de Nueva York y no está controlada por ninguna persona física o jurídica.

Las actividades de MONSANTO pueden clasificarse en dos segmentos principales: (i) el segmento denominado "Productividad Agrícola" (*Segmento de Productividad Agrícola*); y (ii) el segmento denominado "Semillas y Genoma" (*Segmento de Semillas*).

- (a) Segmento de Productividad Agrícola:** las actividades que se llevan a cabo en este segmento se relacionan con la protección de cultivos, la agricultura animal y los herbicidas para céspedes y jardines. En particular, en el negocio de

protección de cultivos, MONSANTO suministra herbicidas no selectivos⁶ y herbicidas selectivos⁷.

- (b) Segmento de Semillas:** las actividades de MONSANTO en este segmento son el negocio de las semillas y caracteres genéticos relacionados con éstas, y la licencia de actividades relacionadas con la tecnología genética. MONSANTO se centra en la producción y comercialización de semillas de maíz, algodón, frutas y vegetales, así como de plantas oleaginosas (como por ejemplo, semillas de soja y colza).

MONSANTO comercializa asimismo, mediante su negocio de licencia de semillas, semillas mejoradas gracias a la utilización de caracteres biotecnológicos⁸.

Por último, MONSANTO licencia a terceros "germoplasma" de semillas y caracteres de semillas desarrollados directamente por MONSANTO.

En España, MONSANTO opera a través de Monsanto Agricultura España S.L. y de Corporación Agraria S.L (en adelante nos referiremos a ellas como Monsanto España). Monsanto España está activa en los segmentos de actividad descritos anteriormente. En relación con el segmento de semillas, MONSANTO comercializa semillas de 20 tipos de frutas y vegetales. En particular, y al igual que DRS, comercializa semillas de maíz, algodón, girasol y trigo duro y una cantidad muy reducida de portainjertos para semillas de tomate y berenjena.

La facturación de MONSANTO en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D.261/2008, es la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE MONSANTO EN EL EJERCICIO 2007 (Millones de euros)		
Mundial	UE	España
[>2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

IV.2 DE RUITER SEEDS, B.V. (DRS)

DRS es una sociedad de nacionalidad holandesa controlada en última instancia por la familia De Ruiter y cuya actividad principal consiste en la reproducción,

⁶ Los herbicidas no selectivos ofrecen protección contra todo tipo de malas hierbas de forma indiscriminada. En la práctica, los herbicidas no selectivos se utilizan para limpiar los campos de cualquier tipo de malas hierbas antes de la cosecha o antes de plantar las semillas, o incluso como parte de programas de labranza de conservación.

⁷ Los herbicidas selectivos combaten determinadas malas hierbas o clases específicas de malas hierbas. La ventaja sobre los herbicidas no selectivos es que se pueden aplicar sin riesgo de dañar los cultivos principales.

⁸ "Caracteres" o rasgos biotecnológicos son características deseables que se aplican a las semillas, con el fin de poder combatir plagas de insectos, malas hierbas, incrementar la producción u obtener cualidades alimenticias tales como, entre otras, la obtención de semillas con bajo ácido linolénico o con tolerancia a la sequía.

preparación y comercialización de diversas variedades de semillas de vegetales y frutas. En particular, produce una gama de distintos tipos de semillas de tomates, pimientos, pepinos, berenjenas y melones.

Además produce portainjertos para semillas de tomate y berenjena.

Otra de sus actividades consiste en el desarrollo de variedades de plantas para ser cultivadas en ambientes climáticos protegidos, donde crecen hidropónicamente, es decir, sin necesidad de tierra.

En España, DRS opera a través de sus filiales De Ruiter Research España, S.L., que es una estación de reproducción de nuevas variedades de semillas⁹ y De Ruiter Holding Iberia S.L. a través de la que lleva a cabo sus actividades de comercialización y distribución. Ambas sociedades serán adquiridas por MONSANTO como resultado de la operación.

La facturación de DRS en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D.261/2008, es la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE DRS EN EL EJERCICIO 2007 (Millones de euros)		
Mundial	UE	España
[<2.500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1 Mercados de producto

La operación notificada se enmarca en el ámbito de la producción y venta de semillas. En concreto MONSANTO comercializa en España semillas de maíz, algodón, girasol y trigo duro, así como semillas de 20 tipos de frutas y vegetales y una cantidad muy reducida de portainjertos para semillas de tomate y berenjena. DRS, por su parte, comercializa en España semillas de pepino, pimiento, melón, tomates y berenjenas, además de portainjertos para las semillas de tomate, principalmente, y, en menor medida, para las semillas de berenjena.

A efectos de la definición de los mercados de producto, conviene señalar las diferencias entre las semillas y los portainjertos:

(a) Semillas

⁹ Las estaciones de reproducción no son instalaciones productivas como tal, sino que constituyen centros en los que se llevan a cabo actividades de I+D. Es decir, se “diseñan” las semillas pero no se producen en masa. En su estación de reproducción en España, DRS desarrolla nuevas variedades de semillas de tomates, pimientos, berenjena, pepino y melón para mercados que tengan condiciones climáticas similares a las de España, utilizando invernaderos y otras instalaciones apropiadas para llevar a cabo actividades de I+D. Además de en España, DRS dispone de estaciones de reproducción en los Países Bajos, Israel y Francia.

Según la Comisión Europea¹⁰ y las autoridades españolas de competencia¹¹, la investigación, producción y cultivo de semillas comprende dos etapas principales: (i) el desarrollo y cultivo de las variedades de semillas; y (ii) la producción/multiplicación de las semillas para su comercialización.

- La primera fase comprende los programas de biotecnología y cultivo de nuevas variedades de semillas en forma de “semillas parentales” o “de base”. En esta fase las empresas de semillas (llamadas “entidades mejoradoras”) crean nuevas variedades con características deseables como bajo coste de cultivo, bajo consumo de agua, resistencia a hongos, alto rendimiento o bajo nivel de impurezas. El material requerido para el desarrollo de nuevas variedades es el “germoplasma”. Los productores de variedades de semillas pueden vender o licenciar este “germoplasma”, o utilizarlo ellos mismos en la siguiente fase. Esta actividad requiere un alto grado de especialización y tiene un elevado coste.
- La segunda fase corresponde a la producción de la semilla comercial, lo que requiere, a su vez, dos procesos. En primer lugar, la “semilla parental” elaborada por las empresas de semillas (semilla mejorada) pasa, por contrato, a cooperativas y agricultores para su multiplicación en semilla acabada no purificada. A continuación, la semilla se purifica, clasifica, empaqueta e incluso se trata químicamente en la planta elaboradora de la empresa de semillas.

Esta segunda fase requiere menos especialización y una menor escala de producción mínima eficiente por lo que puede realizarse por agentes bajo licencia de los productores de “semillas parentales”. Por ello, cabe la posibilidad de identificar un mercado diferenciado, el de la multiplicación de semillas, en el que operan las cooperativas y los agricultores.

Ahora bien, si bien existen empresas (en número creciente) dedicadas exclusivamente a la biotecnología y otras (como cooperativas agrarias) dedicadas únicamente a la producción de semillas comerciales, lo cierto es que existe un número significativo de operadores que actúan en ambas fases. Tal es el caso de MONSANTO y DRS.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta que la empresa de semillas mantiene normalmente la propiedad de las mismas durante todo el proceso de elaboración. Así, aunque la producción de la semilla comercial se realice por agentes distintos de las empresas de semillas a través de acuerdos de subcontratación, éstos no tienen

¹⁰ Ver Casos comunitarios: M.556 ZENECA/VANDERHAVE, M1497 NOVARTIS/MAÏSADOUR, M.1512 DUPONT/PIONEER, M.3465 SYNGENTA CP/ADVANTA y M.3506 FOX PAINE/ADVANTA.

¹¹ Ver expedientes Nacionales: N-12 NOVARTIS SEEDS/KOIPESOL SEMILLAS, N-40 MONSANTO/ASGROW SEMILLAS, N-03038 FOX/SR.ROMO/SEMINIS, N-05011 MONSANTO/SEMINIS, N-05020 MONSANTO/EMERGENT GENETICS, N-05032 FLORIMOND DESPREZ/ADVANTA LAMBDA, N-0609 MONSANTO/DPL y N-07073 SYNGENTA AGROSERVICES / ZERAIM.

derechos sobre la semilla producida que sigue el proceso de certificación bajo el control de su propietaria.

En suma, al observarse un alto grado de integración entre todas las actividades mencionadas, las autoridades de competencia comunitarias y españolas no han delimitado las fases de producción descritas como mercados de producto separados y han indicado que el desarrollo y cultivo de las variedades de semillas, y la producción y venta de las semillas, constituyen un solo mercado de producto, con excepción de la actividad de multiplicación que podría constituir un mercado separado donde los agricultores y cooperativas agrarias están presentes como oferentes. En el caso que nos ocupa, sin embargo, esta última distinción no sería necesaria dado que, en España, las partes no estarían presentes en un posible mercado de multiplicación¹².

En segundo lugar, los diferentes tipos de semillas no son sustituibles entre sí y representan, por tanto, mercados de producto separados. Así lo han considerado las autoridades de competencia comunitarias y españolas en los precedentes citados.

Dentro de algunos tipos de semillas cabe valorar la existencia de segmentos de mercado diferenciados por variedades, debido a que cada una de ellas puede presentar especificidades en condiciones de siembra, cosecha y consumo final. A este respecto, la notificante considera apropiado establecer una distinción entre semillas de tomates frescos y semillas de tomates para enlatado. Ello se debe a que los agricultores suelen cultivar o bien tomates frescos o bien para enlatado, puesto que el uso final de los tomates es distinto. Lo mismo ocurre con los pimientos, distinguiendo la notificante entre semillas de pimientos picantes y semillas de pimientos dulces.

(b) Portainjertos

Hasta la fecha, ni la Comisión Europea ni las autoridades españolas de competencia han analizado un potencial mercado de portainjertos.

Sin embargo, la notificante entiende que existen motivos para considerar que los portainjertos podrían constituir un mercado de producto separado.

En concreto, y por el lado de la oferta, cabe señalar que:

- (i) los portainjertos no producen ninguna fruta o vegetal por sí mismos,
- (ii) no son sustitutivos de otras especies de semillas,
- (iii) son meramente utilizados para fines específicos complementarios; es decir, su función consiste en injertarse en plantas para poder mejorar su crecimiento en suelos con condiciones adversas o simplemente para fortificarlas.

Desde el punto de vista de la demanda, los portainjertos se utilizan fundamentalmente con árboles y plantas puesto que se trata de la manera más efectiva de conseguir que crezcan ya que, o bien no crecen sólo a partir de la semilla por ser el

¹² [...].

suelo muy agreste o bien son particularmente susceptibles de contraer enfermedades cuando crecen con su propia raíz.

Es decir, los portainjertos aportan fortaleza que ayuda a la viabilidad de la planta en su fase inicial, pero no influyen en las características del crecimiento y desarrollo de la planta a la que van unidos. Se trata así meramente de un complemento o herramienta para asegurar inicialmente la viabilidad de la planta de cara a mejorar y aumentar la producción.

Así, el sustitutivo “natural” del portainjerto sería, en primer lugar, la propia raíz de la planta. También cabría considerar como productos sustitutivos a aquellos que cumplen la misma función principal de los portainjertos (es decir, fortalecer y hacer más resistente las raíces de las plantas asegurando su viabilidad) como determinados productos o abonos que fortalecen las semillas en su fase de desarrollo, ya que estos productos también contribuyen a la viabilidad del vegetal una vez que ha germinado su semilla.

La notificante también señala que no está claro si los portainjertos pueden utilizarse para distintas familias de vegetales pero sí que pueden utilizarse para distintas especies dentro de una misma familia de vegetal. Es decir, puesto que el tomate y la berenjena pertenecen a una misma familia de vegetal (las solanáceas) el portainjerto de tomate también se puede utilizar en berenjenas.

A efectos del presente expediente, no se considera necesario cerrar la definición exacta del segmento de portainjertos ya que con independencia de ésta, no se generan problemas de competencia como consecuencia de la operación. Adicionalmente, no parece que la presencia en dicho segmento suponga una condición necesaria para que los operadores puedan competir eficazmente en el mercado de semillas dado que operadores relevantes, como la propia MONSANTO, han logrado una presencia importante en los mercados de semillas a pesar de no contar con actividad significativa en el segmento de los portainjertos.

Por tanto, no resulta necesario, a efectos del presente análisis, considerar el segmento de portainjertos como un mercado en sí mismo, pudiendo dejarse abierta la definición de dicho mercado de producto. No obstante, se analizarán los efectos de la operación en el peor escenario posible, es decir, bajo la definición estrecha del mercado de portainjertos en sí mismo, en el que únicamente está presente la adquirida.

Por último, cabe señalar que, de acuerdo con la notificante, la cuota conjunta de las partes es inferior al [10-20]% en el caso de los pepinos, de los pimientos dulces y de las berenjenas.

En consecuencia, a la luz de las consideraciones anteriores y de las actividades de las partes, esta Dirección de Investigación considerará como relevantes, a los efectos de la presente operación, los mercados de producción y venta de semillas de pimientos picantes, de melones, de tomates frescos y de tomates para enlatado, así como el posible mercado de producción y venta de portainjertos para tomates y berenjenas, cuya definición exacta puede quedar abierta.

V. 2 Mercados geográficos

(a) Semillas

Las autoridades de competencia tanto comunitarias¹³ como españolas¹⁴, en distintos precedentes, han considerado que el ámbito geográfico de los mercados de semillas es nacional y ello a pesar de la importancia de los intercambios transfronterizos.

Esta circunstancia obedece a que la demanda se orienta hacia semillas adaptadas a las condiciones climáticas y del suelo de cada región y al hecho de que la comercialización de una determinada variedad de semillas en un Estado miembro exige su inclusión en un Catálogo Nacional de Variedades y la superación de distintos tests de control de calidad cuyos resultados son tomados en consideración por las asociaciones nacionales que elaboran “listas recomendadas” indicando qué variedades se consideran mejores.

No obstante, los relativamente bajos costes de transporte de las semillas, las similitudes climáticas de ciertos países, la inclusión automática en el Catálogo Europeo de Variedades de las semillas admitidas en los Catálogos Nacionales de los Estados miembros y las elevadas cuotas de importación y exportación, podrían llevar en el futuro a considerar un mercado geográfico más amplio que el nacional¹⁵.

(b) Portainjertos

Por lo que respecta al posible mercado de portainjertos, la notificante considera que, a diferencia de lo que ocurre con las semillas, al ser los portainjertos complementos al crecimiento no presentan diferencias significativas en función del país donde se comercialicen, lo que llevaría a considerar que la definición geográfica de este mercado es superior a la nacional y podría incluir toda la Unión Europea. Sin embargo, la notificante propone dejar abierta la definición geográfica de mercado porque considera que el resultado del análisis es similar bajo cualquiera de las dos definiciones alternativas.

A la vista de todo lo anterior, esta Dirección de Investigación considerará que el ámbito geográfico relevante de los mercados de semillas es el nacional. En cuanto al posible mercado de portainjertos, puede dejarse abierta también su dimensión geográfica debido a la ausencia de problemas de competencia derivados de la operación en este mercado con independencia de la definición adoptada.

¹³ M.556 ZENECA/VANDERHAVE, M1497 NOVARTIS/MAÏSADOUR, M.1512 DUPONT/PIONEER, M.3465 SYNGENTA CP/ADVANTA y M.3506 FOX PAINE/ADVANTA.

¹⁴ N-12 NOVARTIS SEEDS/KOIPESOL SEMILLAS, N-40 MONSANTO/ASGROW SEMILLAS, N-03038 FOX/SR.ROMO/SEMINIS, N-05011 MONSANTO/SEMINIS, N-05020 MONSANTO/EMERGENT GENETICS, N-05032 FLORIMOND DESPREZ/ADVANTA LAMBDA, N-0609 MONSANTO/DPL y N-07073 SYNGENTA AGROSERVICES / ZERAIM.

¹⁵ M.1420 BASF/SVÄLOF WEIBULL, M.3506 FOX PAINE/ADVANTA, N-05011 MONSANTO/SEMINIS, N-05020 MONSANTO/EMERGENT GENETICS, N-05032 FLORIMOND DESPREZ/ADVANTA LAMBDA, N-0609 MONSANTO/DPL y N-07073 SYNGENTA AGROSERVICES / ZERAIM.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1 Estructura de la oferta

Los mercados de semillas se caracterizan por el permanente cambio ante la aparición de nuevas variedades y la consiguiente volatilidad de las cuotas de los distintos operadores. Los nuevos cultivos con un potencial de rendimiento mayor que el de las semillas ya presentes se imponen con rapidez en el mercado. Por ello, el mercado se caracteriza por una escasa fidelidad a las marcas existentes.

De acuerdo con la notificante, debido al dinamismo que caracteriza los mercados de semillas, las cuotas de mercado en cada cultivo pueden variar significativamente en unos pocos años si una empresa ofrece una variedad mejorada.

- (a) La estructura de la oferta del mercado español de semillas pimientos picantes en los tres últimos ejercicios es, según la notificante, la siguiente:

MERCADO ESPAÑOL DE SEMILLAS DE PIMIENTOS PICANTES						
Empresas	2005		2006		2007	
	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota
MONSANTO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
DRS	[...]	[40-50]%	[...]	[60-70]%	[...]	[40-50]%
MONSANTO + DRS	[...]	[40-50]%	[...]	[70-80]%	[...]	[40-50]%
RAMIRO ARNEDO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[40-50]%	[...]	[10-20]%	[...]	[40-50]%
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: notificación

Como resultado de la operación, MONSANTO pasará de tener una presencia marginal en el mercado de semillas de pimientos picantes, del [0-10]% en los tres últimos años, a ser el líder del mercado, con una cuota del [40-50]% en 2007. Como se observa en el cuadro, la estructura de la oferta en este mercado apenas se modifica, ya que MONSANTO pasa a asumir la posición de liderazgo que ya ostentaba DRS, con una cuota muy similar.

- (b) De acuerdo con la notificante, la estructura de la oferta del mercado español de semillas de melones en los tres últimos ejercicios es la siguiente:

MERCADO ESPAÑOL DE SEMILLAS DE MELONES						
Empresas	2005		2006		2007	
	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota
MONSANTO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
DRS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
MONSANTO + DRS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
SYNGENTA	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
LIMAGRAIN	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
NUNHEMS	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
FITO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
TOTAL	[...]	100,00%	[...]	100,00%	[...]	100%

Fuente: notificación

En este mercado la cuota de MONSANTO en 2007 fue del [0-10]% y la de DRS del [0-10]%, por lo que, tras la operación, MONSANTO pasará a ser el cuarto operador del mercado con una cuota del [10-20]%, muy por detrás del líder, Syngenta, que en 2007 tuvo una cuota del [20-30]%.

- (c) De acuerdo con la notificante, la estructura de la oferta del mercado español de semillas de tomates frescos en los tres últimos ejercicios es la siguiente:

MERCADO ESPAÑOL DE SEMILLAS DE TOMATES FRESCOS						
Empresas	2005		2006		2007	
	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota
MONSANTO	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
DRS	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
MONSANTO + DRS	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
ENZA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
SYNGENTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
LIMAGRAIN	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
FITO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
OTROS	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: notificación

Como se observa, MONSANTO adquirirá la cuota del [10-20]% de DRS, por lo que pasará a ser el primer operador con una cuota del [20-30]% en 2007, seguido muy de cerca por Enza, con una cuota del [20-30]% y, a más distancia, de Syngenta y Limagrain, con cuotas del [10-20]% y del [10-20]% respectivamente en 2007.

- (d) De acuerdo con la notificante, la estructura de la oferta del mercado español de semillas de tomates para enlatado en los tres últimos ejercicios es la siguiente:

MERCADO ESPAÑOL DE SEMILLAS DE TOMATES PARA ENLATADO						
Empresas	2005		2006		2007	
	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota
MONSANTO	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%	[...]	18,90%
DRS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
MONSANTO + DRS	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
HEINZ ¹⁶	[...]	[40-50]%	[...]	[50-60]%	[...]	[60-70]%
NUNHEMS	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
SYNGENTA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
LIMAGRAIN	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
OTROS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: notificación

En el mercado de semillas de tomates para enlatado la operación supondrá una adición marginal de cuota, del [0-10]%, por lo que MONSANTO seguirá ocupando la segunda posición, con una cuota del [10-20]%, muy por detrás del líder, Heinz, que en 2007 tuvo una cuota del [60-70]%. Por tanto, la operación no supondrá una modificación de la estructura de la oferta de este mercado.

- (e) Finalmente, la estructura de la oferta del mercado de portainjertos tanto en España como en la UE en los tres últimos ejercicios es, según la notificante, la siguiente:

MERCADO DE PORTAINJERTOS EN ESPAÑA						
Empresas	2005		2006		2007	
	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota
MONSANTO / WESTERN SEEDS*	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
DRS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
MONSANTO + DRS	[...]	[90-100]%	[...]	[90-100]%	[...]	[90-100]%
SYNGENTA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
NUNHEMS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RIJK ZWAAN	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
OTROS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: notificación

¹⁶ Heinz suministra semillas de tomates para enlatado a terceros.

MERCADO DE PORTAINJERTOS EN LA UE						
Empresas	2005		2006		2007	
	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota	Miles de euros	Cuota
MONSANTO / WESTERN SEEDS*	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
DRS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
MONSANTO + DRS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
SYNGENTA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
NUNHEMS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RIJK ZWAAN	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
OTROS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
TOTAL1	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: notificación

* Las ventas de MONSANTO en el mercado de portainjertos corresponden a las ventas de la compañía Western Seeds, adquirida por Monsanto en 2007.

En el mercado de portainjertos, la adquisición de cuota por parte de MONSANTO será del [80-90]% en España y del [80-90]% en la UE.

Sin embargo, MONSANTO parte de una posición marginal, con una cuota del [0-10]% en 2007 en España y del [0-10]% en la UE, por lo que tras la operación pasará a ocupar el liderazgo que ya ostentaba DRS con una cuota muy ligeramente superior, del [90-100]% en España y del [80-90]% en la UE. no alterándose fundamentalmente la estructura de la oferta de este mercado ni en España ni en la UE.

VI.2 Estructura de la demanda

De acuerdo con la notificante, los principales clientes de semillas de vegetales y frutas son agricultores comerciales que operan a nivel individual o bien a través de grandes cooperativas de agricultores. Los agricultores suelen organizarse en cooperativas agrícolas para, de forma conjunta, conseguir más capacidad de compra y mejores condiciones de negociación frente a otros operadores del mercado agrícola.

Además, existen comerciantes minoristas que venden las semillas de frutas y vegetales a consumidores que las cultivan por afición. Estos minoristas obtienen las semillas de comerciantes que, a su vez, las adquieren de los productores de semillas.

VI.3 Estructura de la distribución

En general, la comercialización de semillas no exige la creación de una red de distribución extensa, habida cuenta de que los costes de transporte son bajos y los productos de referencia no requieren la prestación de servicios post-venta. Los agricultores suelen adquirir las semillas de distribuidores locales quienes, a su vez, compran las semillas bien a los distribuidores nacionales o directamente a los productores.

De acuerdo con la notificante, MONSANTO importa las semillas de otros países de la Unión Europea y las distribuye en España directamente a los clientes a través de su filial Monsanto España. Monsanto España vende sus productos directamente al cliente final, los agricultores, o bien, de forma indirecta, los vende a cooperativas, a distribuidores locales o a comerciantes minoristas.

DRS distribuye en España a través su filial DRS Holding Iberia. Al igual que MONSANTO, DRS vende su producción directamente al cliente final, el agricultor o, de forma indirecta, a cooperativas (aproximadamente un [...] % del total de ventas), a distribuidores (aproximadamente un [...] %) y a comerciantes minoristas (también de aproximadamente un [...] %).

VI.4 Fijación de precios

El nivel y la evolución de los precios en los mercados de semillas vegetales se ven influidos por múltiples factores y varían mucho, como reflejo de las diferencias entre los distintos tipos de productos, los ciclos de producción, las estaciones y las técnicas de cultivo. La calidad de una determinada semilla se aprecia principalmente en relación con su rendimiento, su resistencia a las enfermedades y la calidad de la verdura final que se obtiene. Por lo tanto, según el notificante, los clientes tienden a cambiar rápidamente a nuevas variedades que ofrecen una mejor actuación, sin ningún tipo de lealtad hacia las marcas.

Por este motivo, la introducción de una nueva variedad en el mercado tiene un impacto inmediato en los precios medios y en los volúmenes de venta de las demás variedades. No obstante, también es práctica habitual ofrecer descuentos y otros incentivos para atraer clientes a una variedad recién lanzada. La notificante señala que los operadores que comercializan semillas de menor calidad suelen realizar mayores descuentos sobre el precio de sus semillas. Las diferencias que existen respecto del precio medio de las semillas varían en torno al +/- 10%, pudiendo aumentar hasta +/- 20% para reflejar las diferencias de calidad. Por estos motivos, resulta habitual que las variedades de semillas más “líderes” y de más calidad del mercado en ese año tengan un precio superior al precio medio en el mercado.

[...].

VI.5 Competencia potencial - Barreras a la entrada

En los mercados de producción y venta de semillas de vegetales y frutas¹⁷ en España no existen barreras arancelarias significativas y los costes de transporte no suponen un obstáculo significativo como muestra el hecho de que alrededor del 95% del total de semillas vendidas en España son importadas.

¹⁷ La notificante señala que los argumentos sobre la ausencia de barreras de entrada significativas al mercado de las semillas resultan de aplicación al mercado de portainjertos. Destaca, asimismo, que en el mercado de portainjertos la importancia de las actividades de I+D es limitada al tratarse únicamente de raíces fortalecedoras.

En cuanto a las posibles barreras legales, existen ciertos requisitos de registro necesarios a los que están sujetas las semillas para la protección de la variedad y para su comercialización. En efecto, el acceso al mercado español de semillas requiere la inclusión del operador en el Registro Oficial de Productores y que la semilla esté inscrita en el Catálogo Nacional o Europeo de Variedades Vegetales. Además, la venta de semillas y variedades vegetales debe cumplir con los requisitos de producción, embalado y etiquetado establecidos en la normativa aplicable.

Por otra parte, la Comisión ha reconocido en sus precedentes la importancia de las actividades de I+D en la industria de las semillas en la que la competencia puede ser descrita como una “competencia por el mercado” más que una “competencia en el mercado” por el acceso al germoplasma.

De acuerdo con la notificante, la inversión en I+D de MONSANTO en España en 2007 representó un [...] % de su volumen de negocios, mientras que la de DRS representó un [...] %. Sin embargo, la notificante considera que las actividades de I+D no suponen una barrera de entrada infranqueable a estos mercados. Así, señala que los competidores de las partes tienen acceso a la tecnología relevante, así como a fuentes de financiación, para poder desarrollar sus programas de I+D, como pone de manifiesto la existencia de numerosos competidores pequeños en los mercados de semillas. En cualquier caso, la notificante considera que la falta de recursos para poner en marcha programas de I+D no supone una barrera de entrada significativa al mercado porque los productores carentes de recursos pueden adquirir licencias de semillas o adquirir las “semillas parentales” directamente a varios tipos de operadores tales como fundaciones de semillas, bancos de semillas, institutos de investigación, entre otros. Además, la posibilidad de que institutos especializados y universidades desarrollen nuevas variedades de “semillas parentales” es más alta en un mercado en el que no hay fidelidad a las marcas.

Adicionalmente, debe destacarse que en el mercado de producción y venta de semillas de vegetales y frutas operan importantes competidores de dimensión mundial como Syngenta o Nunhems. Además, existe una escasa fidelidad a la marca por parte de los agricultores y cooperativas que propicia la elevada volatilidad de las cuotas de mercado, reforzada por la dependencia de la innovación y por la aparición de nuevas semillas mejoradas.

En efecto, existen otros competidores fuertes tanto internacionales (Enza, Limagrain y Syngenta) con carteras de producto similares a la adquirida por MONSANTO a través de la presente operación, así como competidores locales (Ramiro Arnedo Semillas o Semillas Fito) y en los últimos años se ha producido la entrada de nuevos operadores en el mercado español como es el caso de la española Zeta Seeds.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de Monsanto Company del control exclusivo sobre De Ruiter Seeds, B.V.

La operación se produce en el mercado de producción y comercialización de semillas de pimientos picantes, de semillas de melones, de semillas de tomates frescos y de semillas de tomates para enlatado, todos ellos de dimensión nacional, así como en el posible mercado de portainjertos cuya definición tanto de producto como geográfica puede dejarse abierta.

La operación notificada no modificará sustancialmente la estructura de la oferta de los mercados de semillas de pimientos picantes, de semillas de tomates para enlatado y de portainjertos, donde la adición de cuota es en todos los casos inferior al [0-10] %.

En los mercados de semillas de melones y de tomates frescos, la operación supondrá una adición de cuota en torno al [10-20] %, pasando MONSANTO a tener unas cuotas del [10-20] % y del [20-30] %, respectivamente. En el primero MONSANTO pasará a ser el cuarto operador del mercado y en el segundo asumirá la posición de líder, seguido muy de cerca por Enza, con una cuota del [20-30] %.

En definitiva, la operación reforzará la cartera de producto de MONSANTO al pasar a reforzar su posición en mercados como el de semillas de pimientos picantes y portainjertos en los que solo estaba presente de forma marginal, no alterándose la estructura de la oferta en dichos mercados. Debe tenerse en cuenta que la importancia de dicho efecto es menor en la medida en que se trata de una cartera replicable, como prueba el hecho de que otros operadores, como Syngenta o Nunheims, también están presentes en dichos mercados.

Adicionalmente, reforzará sensiblemente su posición en los mercados de semillas de tomates frescos y melones en los que, sin embargo, existe una fuerte presión competitiva por parte de importantes productores como Syngenta, Enza o Limagrain.

Por último, en el mercado de semillas de tomate enlatado, es la adquirida la que tiene una presencia marginal de forma que tampoco en dicho mercado se alterará significativamente la estructura de la oferta como consecuencia de la operación de concentración.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado.

VIII. 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.