



RESOLUCIÓN (Expte. C-0059/08, HEINEKEN/DRINKS UNION)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
D. Fernando Torremocha García-Sáenz, 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 23 de abril 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 la empresa HEINEKEN N.V. de la sociedad DRINKS UNION A.S. (Expte. C/0059/08) 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/0059/08 HEINEKEN / DRINKS UNION

I. ANTECEDENTES

Con fecha 4 de abril de 2008 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación, notificación relativa a la adquisición por parte de la empresa HEINEKEN N.V. (en adelante HEINEKEN) de la sociedad DRINKS UNION S.A. (en adelante DRINKS UNION).

Dicha notificación ha sido realizada por HEINEKEN según lo establecido en el artículo 9.4 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 **5 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 del control exclusivo de DRINKS UNION A.S. (DRINKS UNION) por parte de HEINEKEN N.V. (HEINEKEN).

La operación se instrumenta mediante un contrato de compraventa, firmado con fecha 21 de marzo de 2008, por el cual HEINEKEN, a través de su filial Královský Pivovar Krusovice A.S. (KRUSOVICE), adquirirá el control exclusivo sobre el [...] % de las acciones de DRINKS UNION hasta ahora pertenecientes a su principal accionista



([...]¹). El % restante de las acciones de DRINKS UNION seguirá siendo propiedad de varios accionistas minoritarios.

La operación únicamente implica la adquisición de la división de cerveza de DRINKS UNION excluyendo, por tanto, el negocio de bebidas espirituosas que seguirán desarrollando los actuales accionistas de la empresa. El negocio de bebidas espirituosas se escindirá de DRINKS UNION antes de la ejecución de la operación².

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 la República Checa, Alemania, Eslovaquia y España³.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

III.1. Cláusula de no competencia

La cláusula 15.1 del contrato de compraventa establece una obligación de no competencia según la cual el vendedor y sus filiales, por un período de [no superior a tres años] tras el cierre de la operación, no participará o adquirirá el control - individualmente o a través de cualquier acuerdo de colaboración o joint-venture con otros- de cualquier otra empresa involucrada en la fabricación, distribución o importación de cerveza en [fuera de España].

III.2. Cláusula de no captación

La cláusula 15.2 del contrato de compraventa incluye un acuerdo de no captación según el cual, durante un período de [no superior a tres años], el vendedor deberá abstenerse de ofrecer o intentar ofrecer servicios o empleo en [fuera de España] a cualquier empleado, actual o futuro, o miembro del Consejo de Administración o de la Junta Supervisora de DRINKS UNION o de cualquiera de sus filiales, con excepción de las personas incluidas en el Anexo 5 del contrato de compraventa y aquéllas requeridas tras la escisión del negocio de bebidas espirituosas.

III.3 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 las cláusulas de no competencia y de no captación no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada.

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

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

² Los datos que facilita la notificante en relación con DRINKS UNION se refieren únicamente a la producción y comercialización de cerveza.

³ La presente operación ha sido aprobada por las autoridades alemanas de defensa de la competencia el 15 de abril de 2008.



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.

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 8.1a) de la misma.

Asimismo, la operación cumple con los requisitos previstos en el artículo 56.1 para su tramitación como procedimiento abreviado.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. HEINEKEN N.V. (HEINEKEN)

KRUSOVICE es una filial al 100% de HEINEKEN N.V., recientemente integrada en la división de Centroeuropa y Europa del Este del Grupo HEINEKEN. HEINEKEN N.V. es la sociedad holding del Grupo HEINEKEN.

HEINEKEN es un grupo internacional presente en el sector de la fabricación, comercialización y distribución de cerveza y otras bebidas a escala mundial. El grupo posee más de 115 fábricas de cerveza en más de 65 países, con un volumen total de cerveza de 139 millones de hectolitros y cerca de 54.000 empleados a nivel mundial.

Además de la marca *Heineken*, HEINEKEN posee más de 170 cervezas internacionales, regionales, locales y especialidades en todo el mundo, entre las que se encuentran *Amstel*, la tercera cerveza más vendida en Europa, *Cruzcampo*, *Tiger*, *Z'ywiec*, *Birra Moretti*, *Ochota*, *Murphy's* y *Star*.

Las acciones de HEINEKEN cotizan en la Bolsa de Ámsterdam y está controlada por la familia Heineken.

En España, HEINEKEN opera a través de su filial Heineken España, S.A. (HESA), especializada en la fabricación y comercialización de cerveza.

HESA posee 5 fábricas localizadas en Sevilla, Madrid, Valencia, Jaén y Arano, alcanzando un volumen de producción consolidado de [...] hectolitros en 2006 y una facturación de [...] euros⁴. Actualmente, la plantilla de HESA está integrada por 2.500 empleados, distribuidos entre las diferentes plantas y delegaciones de la empresa. Por lo que respecta a las exportaciones, HESA ha limitado sus actividades obteniendo [...] de su facturación a través de este negocio.

Las principales marcas de HESA son *Amstel*, *Cruzcampo* y *Heineken*. Además, HESA también comercializa las marcas *Shandy Cruzcampo* (una mezcla de limón y cerveza "lista para beber"), *Buckler* (cerveza sin alcohol) y *Cruzcampo Light* (la primera cerveza light del mercado español).

La facturación de HEINEKEN en el último ejercicio económico⁵, conforme al Art. 5 del R.D.261/2008, es la siguiente:

⁴ En términos de volumen de cerveza, dentro de HEINEKEN, HESA es la primera compañía en Europa Occidental y la segunda a nivel mundial, por detrás de la filial rusa de HEINEKEN.

⁵ De acuerdo con la notificante, el último año para el que hay datos disponibles es 2006.

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HEINEKEN EN EL EJERCICIO 2006		
(Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

V.2 DRINKS UNION A.S. (DRINKS UNION)

DRINKS UNION se dedica a la fabricación de cervezas y bebidas espirituosas en la República Checa. Antes de la operación de concentración, el negocio de bebidas espirituosas se escindiría de DRINKS UNION. Este negocio seguirá siendo desarrollado por los actuales accionistas minoritarios de la empresa.

Actualmente, DRINKS UNION es el cuarto productor de cerveza en la República Checa con una producción total de 901.791 hectolitros en 2006. La cartera de DRINKS UNION está integrada por una amplia variedad de marcas *premium* que abarcan cervezas especiales pálidas, lager y negras. Entre las principales marcas de DRINKS UNION se encuentran *Zlatopramen*, buque insignia de la empresa, *Březňák*, *Louny*, *Dačický* y *Lorec*.

Las exportaciones de DRINKS UNION alcanzaron los 244.571 hectolitros en 2006. Sus productos se exportan principalmente a Alemania, pero también se distribuyen en otros países del Norte de Europa como Suecia, Polonia y Estonia. DRINKS UNION es el mayor exportador checo de cerveza a Alemania y el quinto mayor exportador checo de cerveza a nivel general.

Por lo que respecta a España, DRINKS UNION comercializa sus productos a través de un distribuidor independiente y, de acuerdo con la notificante, actualmente sus marcas (principalmente *Louny ležák* y *Louny výčepní*), se comercializan únicamente en [...].

La facturación de DRINKS UNION en el último ejercicio económico⁶, conforme al Art. 5 del R.D.261/2008, es la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE DRINKS UNION EN EL EJERCICIO 2006		
(Millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS AFECTADOS

VI.1. Mercado de producto

La operación afecta al sector de la fabricación y comercialización de cerveza (DA 15.96).

⁶ De acuerdo con la notificante, el último año para el que hay datos disponibles es 2006.

Los precedentes nacionales⁷ y comunitarios⁸ han concluido que la cerveza forma parte de un mercado diferenciado de los de otras bebidas alcohólicas y no alcohólicas, dadas sus especiales características de sabor, proceso de fabricación y patrón de consumo.

En principio, se pueden distinguir tres tipos de cerveza: sin alcohol, “lager” y especiales. En España, se considera cerveza sin alcohol la que contiene una graduación inferior al 1,2% de alcohol⁹. A su vez, dentro de la cerveza “lager”, la más consumida en España, existen dos tipos: las cervezas estándar y las premium, con una imagen y precio superior. En España, la adquirida sólo comercializa cervezas “lager”, tanto premium como estándar.

Los antecedentes han considerado que existe suficiente sustituibilidad de oferta entre los distintos tipos de cerveza como para que no sea procedente segmentar los mercados de la comercialización de cervezas en función de las variedades de producto.

Por el contrario, en los precedentes señalados sí se ha diferenciado el mercado de la cerveza en función de los canales utilizados por los productores para la comercialización: canal de alimentación o venta a través de los circuitos habituales de distribución de productos de alimentación y canal HORECA o venta a través de bares, hoteles, restaurantes, cafeterías y otros establecimientos de consumo similares. La notificante coincide con esta definición de los mercados relevantes.

De acuerdo con la notificante, las cervezas de DRINKS UNION se comercializan únicamente a través del canal HORECA.

A la luz de lo anterior, esta Dirección de Investigación considerará como mercado de producto relevante, a los efectos del análisis de la presente operación, el mercado de fabricación y comercialización de cerveza a través del canal HORECA.

VI.2 Mercado geográfico

Como señalan los precedentes citados, el mercado español de la cerveza presenta todas las características de un mercado definido puesto que la demanda y precios muestran diferencias marcadas con respecto a otros países europeos, incluso de su entorno más cercano.

Los precedentes han considerado que estos mercados de producto tienen una dimensión nacional (excluyendo Canarias), aunque en el canal HORECA han dejado abierta la posibilidad de que existan diferencias regionales por la presencia de importantes productores locales.

⁷ Expedientes nacionales N-015 HEINEKEN/CRUZCAMPO, N-084 MAHOU/SAN MIGUEL, N-255 SAB/MILLER, N-05060 HERRÁIZ/GERVÁS/MAHOU, N-06113 MAHOU SAN MIGUEL/ALHAMBRA y N-07069 HEINEKEN/KRUSOVICE, y los Informes del TDC C44/99 HEINEKEN/CRUZCAMPO, C58/00 MAHOU/SAN MIGUEL y C103/07 MAHOU SAN MIGUEL/ALHAMBRA.

⁸ Entre otros, casos Comunitarios M. 3372 CALSBERG/HOLSTEN; M. 3289 INTERBREW/SPATEN-FRANZISKANER; M. 3032 INTERBREW/BRAUERGILDE; M.3182 SCOTTISH & NEWCASTLE/HP BULMER, M.2387 HEINEKEN/BAYERISCHE BRAUHOOLDING/JV, M.2569 INTERBREW/BECKS, M.2152 SCOTTISH & NEWCASTLE/JV/CENTRALCER, M.1925 SCOTTISH & NEWCASTLE/GROUPE DANONE, M.1555 HEINEKEN/CRUZCAMPO Y M.1372 HUGH BAIRD/ SCOTTISH & NEWCASTLE.

⁹ Esta distinción se realiza en base a los Impuestos Especiales establecidos en el Real Decreto 1165/95.

De acuerdo con la notificante, DRINKS UNION sólo está presente en [...], aunque su cuota regional es marginal ([0-10]%) y su cuota nacional inferior al [0-10]% en el canal HORECA en 2006.

Por ello, a los efectos de la presente operación, esta Dirección de Investigación no considera necesario pronunciarse sobre dicha segmentación regional, pues no afecta a las conclusiones del análisis.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

La estructura de la oferta de los mercados de producción y comercialización de cerveza ha sufrido un proceso de consolidación significativo en los últimos años, y en este momento, a nivel nacional peninsular sólo existen 4 operadores con plantas de producción en España, entre los que destacan el Grupo MAHOU-SAN MIGUEL-ALHAMBRA y el Grupo HEINEKEN.

Por otra parte, las importaciones de cerveza no juegan un papel muy significativo en España, pues según el informe CANADEAN¹⁰, estas importaciones alcanzaron en 2006 los 2,9 millones de hectolitros, frente a un consumo total de 36,5 millones.

El volumen total del mercado de comercialización de cerveza a través del canal HORECA¹¹ correspondiente al ámbito nacional peninsular es:

MERCADO DE CERVEZA ESPAÑOL PENINSULAR: CANAL HORECA 2006		
Empresa	Volumen (miles hectolitros)	Cuota (%)
HEINEKEN	[...]	[30-40]
MAHOU SAN MIGUEL+ ALHAMBRA	[...]	[30-40]
Grupo DAMM	[...]	[20-30]
Hijos de Rivera	[...]	[0-10]
La Zaragozana	[...]	[0-10]
DRINKS UNION	[...]	[0-10]
HEINEKEN + DRINKS UNION	[...]	[30-40]
Otros	[...]	[0-10]
Total	[...]	100

Fuente: elaboración propia a partir de la información aportada por la notificante.

La adición horizontal resultante de la operación es marginal en España, pues DRINKS UNION tiene una cuota inferior al [0-10]%. Incluso en el ámbito [...] (donde DRINKS UNION realiza el 100% de sus ventas), la cuota de DRINKS UNION es, según la notificante, del [0-10]%.

Además, DRINKS UNION no es un competidor potencialmente significativo en España, dado que su producción total de cerveza sólo representa aproximadamente el 2,5% del consumo de cerveza en España.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

¹⁰ "The Beer Service, Annual Report -2006 Cycle- Spain (Revised)"

¹¹ Nielsen define los establecimientos HORECA como aquéllos de estructura permanente que no se dedican al canal alimentación y en los que se venden al menos cinco de las nueve clases de productos siguientes: vino, anís, brandy, ginebra, licores, bebidas refrescantes, cerveza, vermú o agua mineral. Se clasifican en restaurantes, hoteles, discotecas, bares de copas, café-bar y consumo externo (aquéllos no incluidos en ninguno de los grupos mencionados).



La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo del negocio de fabricación y comercialización de cervezas de DRINKS UNION A.S. por parte de HEINEKEN N.V.

Como consecuencia de la operación, HEINEKEN se hará con el control de las plantas de producción de DRINKS UNION, que se encuentran en la República Checa, y con la gama de marcas de DRINKS UNION.

Ahora bien, el refuerzo del Grupo HEINEKEN en los mercados de producción y comercialización de cerveza en España es inapreciable (inferior a [0-10]%) en el canal HORECA.

Asimismo, DRINKS UNION no es un competidor potencialmente significativo en España, dado que su producción total de cerveza sólo representa aproximadamente el 2,5% del consumo de cerveza en España.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados analizados en España.



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.