



RESOLUCIÓN (Expte. C-0045/08, HP/NUR)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
D. Fernando Torremocha García-Saénz, Consejero
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 7 de febrero de 2008.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, referente a la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de HEWLETT-PACKARD COMPANY de los activos necesarios para el desarrollo de la actividad de NUR MACROPRINTERS LTD. (Expte. C/0045/08) 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 al pacto de confidencialidad en lo que excede de tres años, por lo que se considera como parte no integrante de la operación, estando sujeto a la normativa aplicable a los 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/0045/08 HP/NUR (Activos)

Con fecha 15 de enero de 2008 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación la notificación consistente en la adquisición por parte de la empresa Hewlett-Packard Company (en adelante HP), de los activos necesarios para el desarrollo de la actividad de NUR Macroprinters Ltd. (en adelante NUR).

Dicha notificación ha sido realizada por HP 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 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

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.

La fecha límite para remitir el expediente en primera fase es el **15 de febrero de 2008**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de HP del control exclusivo sobre el negocio de impresoras de NUR, mediante la adquisición de la práctica totalidad de los activos de NUR.

Los activos adquiridos son los siguientes: (i) la propiedad intelectual del negocio de impresoras; (ii) información relevante de dicho negocio; (iii) el fondo de comercio y las marcas de NUR; (iv) enseres fijos, equipos, inventario; (v) activos financieros, cuentas bancarias y otros derechos que emanen de los activos adquiridos o las

obligaciones asumidas; (vi) todas las acciones e intereses de NUR en los fondos propios de sus filiales; y (vii) cualesquiera derechos derivados de todo lo precedente.

La operación se ha instrumentado mediante la firma de un contrato de compraventa de activos de fecha 9 de diciembre de 2007.

La ejecución de la operación está condicionada a la autorización por parte de las autoridades de competencia¹ de España, Austria, Alemania², Italia, Brasil, China, e Israel³.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

El contrato de compraventa contiene una cláusula de **no competencia** por la que el vendedor se compromete a no participar, directa o indirectamente en las actividades del negocio traspasado, excepto en aquellos casos en los que la participación no supere el [...] ⁴ del negocio.

En el contrato figura también una cláusula de **no captación** de los empleados que se mantengan en el negocio traspasado para ejercer ningún tipo de actividad y de no interferir en las relaciones que éstos mantengan con la adquirente.

- o La duración de estos compromisos es de [un periodo no superior a tres años].

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 afecta 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, en la medida en que los pactos limitan su alcance a las actividades en las que opera el negocio adquirido.

Asimismo, el contrato contiene una cláusula de **confidencialidad** por la que en cualquier momento desde la fecha de cierre, NUR así como sus consejeros, directivos, empleados, agentes y representantes considerarán estrictamente confidencial y no revelarán a terceros ni utilizarán para su propio beneficio toda información privada relativa a los compradores y a la actividad del negocio adquirido.

Por lo que respecta al pacto de confidencialidad se considera, que el plazo razonable para considerar dicho acuerdo como directamente vinculado y necesario para la realización de la operación notificada es de [un periodo no superior a tres años], transcurridos los cuales se considera como parte no integrante de la operación, estando sujeto a la normativa aplicable a los acuerdos entre empresas.

¹ La notificación de la operación a las autoridades griegas se espera que tenga lugar después de la ejecución de la operación.

² Autorizada con fecha 25 de enero de 2008.

³ Autorizada con fecha 15 de enero de 2008.

⁴ Se indica entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

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

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, al no superar los umbrales de su artículo 1.

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.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. HEWLETT-PACKARD COMPANY

HP es la cabecera de un grupo activo en el sector tecnológico que distribuye productos informáticos, tecnología, soluciones y servicios a consumidores individuales, a pequeños y medianos negocios y a grandes empresas. Sus operaciones están divididas en varios segmentos de negocios, siendo relevante a efectos de esta operación “el negocio de impresión”.

HP es una sociedad estadounidense cuyas acciones cotizan en la Bolsa de Nueva York y que, de acuerdo con la notificante, no está controlada por ninguna persona física o jurídica.

HP no tiene centro de producción en España⁵, sino que se limita a comercializar los productos fabricados en otros países.

La facturación de HP en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del R.D.1443/2001, es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HP (MILLONES EUROS)			
	2004	2005	2006
Mundial	[>2500]	[>2500]	[>2500]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

IV.2. ACTIVOS DE NUR MACROPRINTERS (NUR)

NUR es una sociedad israelí que suministra a escala mundial sistemas de impresión digital de formato súper-ancho.

El capital de NUR es propiedad de seis accionistas⁶. NUR Opera a través de cinco filiales⁷ plenamente participadas situadas en EEUU, China, Brasil, Bélgica y Japón.

⁵ En España HP opera a través de sus filiales Hewlett Packard Española S.L., Hewlett-Packard CRS, S.L.; Hewlett-Packard Holding Iberia, S.L.; Hewlett-Packard Innovation Iberia, S.L.; Hewlett-Packard Customer Delivery Services, S.L.; Twinsoft S.A.; Hewlett-Packard Internacional Bank Plc. sucursal en España.

⁶ Fortissimo Entities (49,12%); Kanir Joint Investments (2005) Limited Partnership (19,05%); Dan and Edna Purjes (12,51%); Old Lane Luxemburg Master Fund S.a.r.l.(6,56%); Bank Hapoalim B.M (6,44%); y Meitav Entities (6,34%).

La facturación del negocio adquirido en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE NUR (MILLONES EUROS)			
	2004	2005	2006
Mundial	[<2500]	[<2500]	[<2500]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El negocio adquirido es el de la producción y comercialización de equipos de impresión digital de formato súper-ancho para usos industriales, así como los suministros y servicios relacionados, actividades en las que también opera la adquirente.

Según la notificante y de acuerdo con el precedente nacional⁸, las actividades de suministro de piezas y servicios post-venta que las empresas afectadas realizan únicamente con sus clientes tienen escasa relevancia económica, por lo que se consideran parte integrante del negocio principal (fabricación y venta de sus propias impresoras).

Según el precedente nacional anteriormente mencionado y de acuerdo con la delimitación inicial de los mercados adoptada por el analista independiente IDC (Internacional Data Group) la notificante propone una clasificación de impresoras para la industria en función del formato o anchura de impresión y de la tecnología analógica o digital.

- De acuerdo con la notificante, cabe diferenciar cinco formatos de impresoras por anchura de impresión, que van desde las 24 pulgadas (0,6 metros) hasta más de 71 pulgadas (1,80 metros). Las impresoras industriales fabricadas por las partes corresponden al grupo de mayor anchura: el formato “súper-ancho” (mas de 71 pulgadas/1,8 metros).
- En relación con la tecnología, la notificante señala que el 20% de las aplicaciones en formato súper-ancho se imprimen utilizando tecnología digital y el 80% restante emplea tecnología analógica (tecnologías “Offset” o de serigrafía). Ninguna de las partes produce impresoras analógicas. La notificante señala que hay un cierto grado de sustituibilidad, no completa, entre las impresoras analógicas y digitales. En todo caso, ya que ni HP ni NUR fabrican impresoras analógicas, se analizará únicamente el mercado de impresoras digitales, teniendo en cuenta que las cuotas

⁷ NUR America, INC; NUR Asia Pacific, Limited; NUR do BRAZIL Ltda.; NUR Japan Ltd.; NUR Europe S.A.

⁸ N-05078 Hewlet- Packard/Scitex Vision

serán siempre superiores a las registradas en eventuales delimitaciones de mercado que también comprendiesen las analógicas.

Las impresoras digitales de formato súper-ancho pueden a su vez clasificarse atendiendo a los siguientes criterios:

- Material sobre el que se puede imprimir (impresoras de superficie plana cuando el material es rígido e impresoras de rollo si el material utilizado es flexible)
- Tecnología de tinta (disolvente o curado por rayos ultravioletas).
- Precio- Gama (gama alta más de 280.000 euros; gama media superior entre 140.000- 280.000 euros; gama media inferior entre 70.000-140.000 euros; gama baja entre 17.000-70.000 euros)

Las impresoras de tinta de curado UV pueden utilizarse para superficies rígida y flexibles, mientras que las impresoras de tinta disolvente sólo están disponibles para superficies flexibles.

Según la notificante, la tendencia entre todos los fabricantes es desarrollar impresoras de tinta de curado UV, de mayor precio pero más ecológicas y disponibles para superficies rígidas. Además, presenta otras ventajas como su rápido secado lo que las hace más productivas.

Por otro lado, los clientes difieren en función de la gama-precio. Según la notificante, los clientes industriales están dispuestos a pagar precios superiores (más de 70.000 euros), mientras que las impresoras de gama baja son adquiridas fundamentalmente por clientes comerciales (centros de reprografía, imprentas, laboratorios fotográficos, etc.).

No existe, por tanto, una sustituibilidad perfecta por el lado de la demanda entre los distintos tipos de impresoras digitales de formato súper-ancho, atendiendo a los criterios anteriormente mencionados. No obstante, al encontrarse las partes especializadas en diferentes gamas dentro de este sector, sus productos no suelen competir de forma directa.

HP está presente en el sector del formato súper-ancho con equipos de gama media inferior y gama baja. Comercializa tres impresoras con tinta disolvente sobre superficies flexibles y dos impresoras de tecnología UV para superficie rígida. [...].

NUR, por el contrario, se centra en equipos muy grandes (entre 3,2 y 5 metros) de gama media superior, tanto para aplicaciones de superficies planas como flexibles y basadas predominantemente en tecnología de tinta UV, que representan el [...] de sus ventas.

La notificante indica que todos los fabricantes de gran formato pueden desarrollar impresoras para todos los tipos de clientes en el período de dos años, por lo que existe cierto grado de sustituibilidad por el lado de la oferta. Por otro lado, un número cada vez mayor de productores asiáticos (especialmente de China y Corea) están desarrollando y distribuyendo impresoras de tinta disolvente a precios competitivos, con una penetración cada vez mayor en el mercado internacional.

A la luz de las consideraciones expuestas, se considera como mercado relevante a los efectos del análisis de la operación notificada el mercado de impresoras digitales industriales para aplicaciones gráficas en formato súper ancho, aunque se deja abierta la posibilidad de que quepan ulteriores segmentaciones, si bien a los efectos de la presente operación no es necesario delimitar esta posibilidad, en la medida en que no afecta a las conclusiones del análisis⁹.

V. 2. Mercado geográfico

La parte notificante considera que la dimensión de este mercado abarca, al menos, el EEE por las siguientes razones: las empresas activas en estos mercados tienden a establecer precios similares para sus productos en los distintos estados; no existen barreras legales o administrativas que impidan el comercio; y la incidencia de los costes de transporte en el precio final es reducida. Además, todos los competidores son empresas extranjeras que operan a nivel mundial y las partes de la operación no tienen los centros de producción en España sino que comercializan los equipos provenientes de otros países.

Por tanto, se estudiarán los efectos de esta operación en el ámbito nacional y en el EEE, aunque no es necesario cerrar una definición exacta del ámbito geográfico relevante, en la medida en que no afecta a las conclusiones del análisis.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Estructura de la oferta

En las siguientes tablas se incluyen las estimaciones de las cuotas de mercado de las partes y de sus principales competidores en España y en el EEE en los tres últimos años, tanto en términos de valor, como en unidades.

⁹ Con independencia de la definición de mercado utilizada, la entidad resultante tras la operación de concentración se sitúa como líder en el mercado europeo y en todos los casos existen competidores importantes. En el mercado español HP refuerza su liderazgo, tanto en el mercado considerado para el análisis, como en un hipotético mercado segmentado de tinta disolvente. No ocurre así en el mercado de tinta de secado UV donde dos importantes operadores, [...] suponen entre los dos, por partes iguales, el [...] del mercado.

MERCADO DE IMPRESORAS DIGITALES DE FORMATO SÚPER-ANCHO EN ESPAÑA (valor)						
Empresa	2004		2005		2006	
	Euros	Cuota	Euros	Cuota	Euros	Cuota
HP	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]
NUR	[...]	[30-40%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
HP+NUR	[...]	[30-40%]	[...]	[20-30%]	[...]	[30-40%]
Agfa	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]
Zund	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]
SII	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]
Vutek	[...]	[20-30%]	[...]	[30-40%]	[...]	[0-10%]
Mutoh	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[0-10%]
Roland	[...]	[10-20%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Mimaki	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Oce	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificante

MERCADO DE IMPRESORAS DIGITALES DE FORMATO SÚPER-ANCHO EN ESPAÑA (volumen)						
Empresa	2004		2005		2006	
	Unidades	Cuota	Unidades	Cuota	Unidades	Cuota
HP	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[30-40%]
NUR	[...]	[20-30%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
(HP+NUR)	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]	[...]	[30-40%]
Agfa	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]
Zund	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
SII	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]
Vutek	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]	[...]	[0-10%]
Mutoh	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]	[...]	[0-10%]
Roland	[...]	[10-20%]	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]
Mimaki	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[0-10%]
Oce	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificante



MERCADO DE IMPRESORAS DIGITALES DE FORMATO SÚPER-ANCHO -EEE ¹⁰ (valor)						
Empresa	2004		2005		2006	
	Euros	Cuota	Euros	Cuota	Euros	Cuota
HP	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]
NUR	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
(HP+NUR)	[...]	[20-30%]	[...]	[30-40%]	[...]	[30-40%]
Vutek	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
Mutoh	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Roland	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]	[...]	[0-10%]
Zund	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Mimaki	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Oce	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Gandinovations	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Otros	[...]	[30-40%]	[...]	[20-30%]	[...]	[10-20%]
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificante

MERCADO DE IMPRESORAS DIGITALES DE FORMATO SÚPER-ANCHO -EEE (volumen)						
Empresa	2004		2005		2006	
	Unidades	Cuota	Unidades	Cuota	Unidades	Cuota
HP	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
NUR	[...]	[10-20%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
(HP+NUR)	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]
Vutek	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Mutoh	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
Roland	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]	[...]	[20-30%]
Zund	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Mimaki	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]	[...]	[10-20%]
Oce	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Gandinovations	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]	[...]	[0-10%]
Otros	[...]	[0-10%]	[...]	[10-20%]	[...]	[20-30%]
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificante

¹⁰ El IDC no recopila datos para el EEE, ofreciendo datos conjuntos para Europa, Medio Oriente y África, si bien en este caso, según estima la notificante, las cuotas coinciden aproximadamente con las del EEE.



HP es el líder en el mercado relevante analizado, tanto a nivel nacional como europeo. NUR es el tercer operador en el mercado español y el segundo en el EEE.

Se observa que la cuota de la empresa adquirente es superior en el mercado europeo en términos de valor que en el mercado nacional, invirtiéndose esta relación si se considera la participación en el mercado en términos de volumen. Según la notificante ello se debe al tipo de producto vendido por HP en España, de menor gama que en el mercado europeo.

Ello no ocurre en el resto de los operadores que mantienen relaciones de cuotas valor/volumen similares en los dos mercados geográficos analizados.

Los cuadros reflejan que la adición de cuota es superior si se tienen en cuenta los datos en valor, debido a que las impresoras de NUR son de gama superior.

En España la cuota conjunta de las partes tras la operación de concentración se sitúa en el [30-40%] con una adición de cuota del [10-20%]. En Europa la cuota conjunta es del [30-40%] y la cuota adquirida del [10-20%].

No obstante, es conveniente destacar que estas cuotas son volátiles, en la medida en que cada año se vende un reducido número de unidades de este tipo de impresoras.

Existen competidores importantes bien posicionados que cubren todo el espectro de las necesidades industriales de impresión. Atendiendo a la tecnología de secado utilizada, AGFA, Vutek, Mutoh, y Gandinnovations entre otros, desarrollan impresoras digitales de formato súper-ancho con ambas tecnologías (de tinta disolvente y de tinta de curado UV), campo este último en el que el negocio adquirido tiene mayor relevancia. Los competidores¹¹ con mayor presencia en el segmento de la tecnología de curado por rayos UV son AGFA y Zund y en el de tinta disolvente destacan Roland y Mutoh.

VI.2.- Estructura de la demanda

Los clientes habituales de impresoras de formato súper-ancho son prestadores de servicios de impresión (PSPs) que realizan impresiones para su reventa a terceros. Existen dos tipos de PSPs: los clientes comerciales (centros de reprografía, imprentas, laboratorios fotográficos etc.) que suelen ser pequeños negocios situados en áreas urbanas dispuestos a desembolsar hasta un máximo de 70.000 euros aproximadamente y los clientes industriales, situados normalmente en polígonos industriales y dispuestos a realizar desembolsos superiores.

HP se ha centrado tradicionalmente en el cliente de tipo comercial, estando, por tanto, su clientela más atomizada.

Por el contrario, las impresoras de NUR, han estado dirigidas a clientes industriales con una demanda muy concentrada en [...] ¹² que adquieren la práctica totalidad de su producción.

VI.3.- Fijación de precios y estructura de la distribución

La entidad notificante señala que los precios se negocian con el cliente teniendo en cuenta la viabilidad de su negocio y el coste de la máquina.

¹¹ Según datos aportados por la notificante, en el segmento de tinta de secado UV la cuota de Zund es del [10-20%] en el EEE y del [30-40%] en el mercado nacional y la cuota de AGFA asciende al [20-30%] en el EEE y al [40-50%] en el mercado español. Ninguna de las compañías estaba presente en el año 2004. Las cuotas de Roland y Mutoh en el segmento de tinta disolvente se sitúan en torno a un [10-20%] en el mercado europeo y a un [0-10%] en el mercado español.

¹² [...].

Además, la notificante indica que los precios aplicados por las partes son similares a los aplicados por los competidores que ofertan impresoras equivalentes. Asimismo, los precios en España son bastante similares en las mismas condiciones a los precios de otros países europeos.

En España HP comercializa el [...] de sus impresoras de formato súper-ancho a través del [...] y el [...] restante mediante [...].

En Europa NUR distribuye sus productos de forma centralizada a través de su filial NUR Europe, S.A., situada en Bélgica. Además, [...].

VI.4.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

Según la notificante, no existen barreras a la entrada significativas en este mercado.

Las impresoras y los bienes intermedios necesarios para su fabricación se están convirtiendo en productos estandarizados, fundamentalmente las de tecnología disolvente, subcontratándose en numerosas ocasiones su producción en virtud de acuerdos OEM con fabricantes asiáticos de bajo coste.

En el segmento de las impresoras de tecnología de curado ultravioleta (UV) los insumos necesarios para su fabricación (la tinta y la tecnología de curación mediante lámpara de luz ultravioleta) están protegidos por patentes. No obstante, el número de patentes¹³ de HP y NUR es reducido, lo que reduce las posibilidades de limitar la expansión o entrada de competidores.

[...].

Por lo tanto, en principio no existen para este tipo de impresoras limitaciones significativas en cuanto a la disponibilidad de factores de producción.

La notificante, además, ha acreditado la entrada de nuevos competidores durante los últimos tres años en los dos mercados geográficos analizados.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La presente notificación se refiere a la adquisición por parte de HP del control exclusivo sobre el negocio de impresoras de NUR.

La operación de concentración afecta al mercado de impresoras digitales industriales para aplicaciones gráficas en formato súper ancho, donde operan ambas partes.

La sociedad adquirente ocupa una posición de liderazgo en ambos mercados, nacional y europeo. La sociedad cuyos activos se adquieren ocupa el segundo puesto en el mercado europeo y el tercero en España.

En España la cuota conjunta de las partes tras la operación de concentración se sitúa en un [30-40%] con una adición de cuota del [10-20%]. En Europa la cuota conjunta es del [30-40%] y la adquirida del [10-20%]. En ambos mercados se refuerza la posición de liderazgo de HP.

No obstante, los productos de HP y de NUR no son sustitutivos cercanos, por lo que la presión competitiva que ejerce NUR sobre HP puede ser más reducida de lo que muestran sus cuotas.

¹³ Según datos obtenidos por la notificante de la página Web de la Oficina Española de Patentes y Marcas, en la base de datos mundial de patentes figuran 2.237 patentes relativas a tinta de curado UV (que incluye patentes otorgadas y solicitudes de patentes pendientes) y 1.129 utilizando en la búsqueda el término "impresión de tinta de curado UV". HP dispone de 11 patentes de tinta y 5 de tecnología de impresión. NUR dispone de 4 patentes.



Por otra parte, los datos reflejan un comportamiento dinámico del mercado, donde se observan importantes fluctuaciones de cuotas y en el que han entrado recientemente operadores como es el caso de Gandinnovations en el mercado europeo. En España Zund y Seiko no estaban presentes en el año 2004 y han alcanzado cuotas del [10-20%] y [10-20%] respectivamente. Asimismo, AGFA ha incrementado su cuota en un [0-10%] en los dos últimos años.

Según indica la notificante, el negocio de las impresoras digitales está creciendo de manera estable reemplazando a las impresoras analógicas que aún tienen un peso muy superior en el mercado, especialmente en lo que se refiere a las de curado UV. Se trata además de un sector caracterizado por una constante innovación, hecho que facilita la entrada de nuevos competidores.

Asimismo, la demanda del negocio adquirido se encuentra muy concentrada. El [...] de las ventas de NUR en España se realizan a [...], lo que deriva en un elevado poder negociador del cliente. En cambio, la demanda de impresoras de HP está más atomizada.

Adicionalmente, no es previsible que aparezcan efectos de cartera negativos como consecuencia de la operación de concentración notificada. Por un lado, existen competidores bien posicionados que cubren todo el espectro de las necesidades industriales de impresión, tanto en la segmentación por gamas/precios, como por tecnologías utilizadas (disolvente/curado UV). Por otro lado, la notificante señala que las impresoras de formato súper-ancho requieren una inversión significativa por lo que su adquisición no tiene lugar de manera regular y sus especiales características hacen que sus compras no se suelen realizar simultáneamente con las de otras impresoras. A ello se añade que los canales de distribución de HP para dichos equipos son diferentes de aquéllos utilizados por el resto de sus productos.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados relevantes.

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.