

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN **C-0299/10 TOMPLA/MAESPA**

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 15 de noviembre de 2010 tuvo entrada en esta Dirección de Investigación notificación de la adquisición por MANUFACTURAS TOMPLA S.A. del control exclusivo sobre MAESPA MANIPULADOS S.L.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por MANUFACTURAS TOMPLA S.L., por superar el umbral establecido en la letra a del artículo 8.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia. 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) Con fecha 19 de noviembre de 2010, en ejercicio de lo dispuesto en los artículos 37.2.b) y 55.4 de la Ley 15/2007 y en el artículo 56 del RD 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia, se requirió al notificante la subsanación de la notificación así como la aportación de información adicional. Ambos requerimientos fueron cumplimentados con fecha 23 de noviembre de 2010.
- (6) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **20 de diciembre de 2010**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (7) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de MANUFACTURAS TOMPLA S.A. (en adelante TOMPLA), a través de su filial francesa Le Hellu Participation S.A., del [CONTROL EXCLUSIVO]¹ de MAESPA MANIPULADOS S.L. (en adelante MAESPA).
- (8) La operación se ejecutó con fecha 15 de julio de 2010, en que se suscribió el contrato de compraventa entre las partes y se hizo efectiva la transmisión del [...] % de las acciones de MAESPA a TOMPLA.

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

- (9) En consecuencia, la operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) LDC.

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

- (10) 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.
- (11) 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 PARTÍCIPES

IV.1. MANUFACTURAS TOMPLA S.A. (“TOMPLA”)

- (12) TOMPLA es la sociedad matriz de un grupo de empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de sobres de papel. Tiene su sede en Alcalá de Henares y plantas de producción en España, Francia, Polonia y Portugal.
- (13) TOMPLA es una sociedad anónima [...].
- (14) La facturación del TOMPLA en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE TOMPLA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	<250	>60

Fuente: Notificación

IV.2. MAESPA MANIPULADOS S.L. (“MAESPA”)

- (15) MAESPA es una empresa con sede en Montcada (Barcelona) dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de sobres de papel.
- (16) Antes de su adquisición por TOMPLA, MAESPA era propiedad de dos accionistas individuales, cada uno de los cuales poseía el 50% de las acciones: D. Eugenio Arroyo Gómez y D. Bernardo Arroyo Gómez.
- (17) La facturación de MAESPA en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE MAESPA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	<250	<60

Fuente: Notificación

V. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (18) Las partes han acordado una serie de restricciones de competencia adicionales al objeto de la concentración y que consideran necesarias para la misma. Éstas consisten en una cláusula de no competencia y una cláusula de no captación de trabajadores.
- (19) La **cláusula de no competencia** [...].
- (20) La **cláusula de no captación** [...].

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1 Mercados de producto

- (21) La operación afecta al sector de fabricación y comercialización de sobres de papel (Código NACE C17.02.03).
- (22) Existen fundamentalmente dos categorías de sobres de papel: los sobres blancos y los sobres pre-impresos. TOMPLA y MAESPA producen y comercializan ambos tipos de sobres.
- (23) La notificante indica que no existen precedentes sobre estos mercados, y señala que aunque tanto los sobres blancos como los sobres impresos se utilizan para el envío de correspondencia, no son sustituibles entre sí desde el punto de vista de la demanda:
 - a) Los sobres blancos son sobres estándar, que los fabricantes producen a partir de un catálogo predefinido que incluye un determinado número de referencias que no admiten personalización. Este tipo de sobres se vende a imprentas, a empresas de distribución de artículos de oficina (como Viking, Staples u Office Depot), a distribuidores locales y a grandes superficies (como Alcampo o El Corte Inglés). Estas empresas venden a su vez los sobres a otras empresas o a los consumidores finales, en ocasiones tras haber transformado el producto (en el caso de las imprentas).
 - b) Los sobres pre-impresos son vendidos por los fabricantes directamente a los clientes finales, que son grandes consumidores (Administración Pública, Bancos, empresas de electricidad, telefonía, venta por catálogo, marketing directo, etc.). A diferencia de los sobres blancos, estos clientes suelen llevar a cabo licitaciones para elegir a su proveedor.
- (24) Sobre la base de lo anterior, la notificante considera que deben definirse dos mercados de producto diferenciados.
- (25) No obstante, dado que las conclusiones sobre la operación no se alteran bajo ninguna de las posibles definiciones alternativas de mercado, esta Dirección de Investigación considera que la delimitación exacta del mercado de producto puede dejarse abierta.
- (26) Por consiguiente, esta Dirección de Investigación analizará el impacto de la operación en (i) el mercado amplio de fabricación y venta de sobres y en los

mercados estrechos de fabricación y venta (ii) de sobres blancos y (iii) de sobres pre-impresos.

VI.2 Mercados geográficos

(27) La notificante considera que el mercado de sobres tiene dimensión europea. En este sentido proporciona los siguientes argumentos:

- No existen barreras de entrada que puedan impedir que una empresa establecida en un país de la UE comercialice sus productos en otro país comunitario, ya que si bien es cierto que pueden existir preferencias nacionales por ciertos formatos, todos los fabricantes están en condiciones de producir esos formatos diferentes para ajustarse a los gustos locales.
- Algunos clientes importantes, como Reader's Digest, Viking o Staples realizan compras centralizadas a nivel europeo.
- TOMPLA tiene fábricas en España, Francia, Polonia y Portugal, desde las que abastece a doce países europeos (alrededor del [...]%) de su producción se vende en países de la UE distintos de España).
- El proceso de concentración de la industria del sobre ha conducido a la creación de grandes grupos de dimensión europea que están presentes en varios Estados miembros de la UE. Entre estos grupos están, además de la propia TOMPLA, BONG, MAYER y GPV.

(28) En todo caso, dado que la operación no plantea problemas de competencia bajo ninguna de las posibles definiciones de mercado, no es necesario cerrar la delimitación exacta del ámbito geográfico de los mercados de sobres, por lo que se analizará el impacto de la operación tanto en el mercado español como en el mercado europeo.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Estructura de la oferta

(29) Según la notificante, las cuotas en los mercados afectados en el ámbito EEE son las siguientes:

(i) *Mercado europeo de fabricación y venta de sobres*

	2007	2008	2009
GRUPO TOMPLA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
MAESPA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOMPLA+MAESPA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
MAYER KUVERT NETWORK	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
BONG LJUNGDAHL	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
GROUPE HAMELIN	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
GPV GROUPE	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
OTROS ASOCIADOS FEPE	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
NO ASOCIADOS FEPE	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%
-------	--------	--------	--------

fuelle: notificación

(ii) Mercado europeo de fabricación y venta de sobres blancos

	2007	2008	2009
GRUPO TOMPLA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
MAESPA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOMPLA+MAESPA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
MAYER KUVERT NETWORK	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
BONG LJUNGDAHL	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
GROUPE HAMELIN	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
GPV GROUPE	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
OTROS ASOCIADOS FEPE	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
NO ASOCIADOS FEPE	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

fuelle: notificación

(iii) Mercado europeo de fabricación y venta de sobres pre-impresos

	2007	2008	2009
GRUPO TOMPLA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
MAESPA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOMPLA+MAESPA	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
MAYER KUVERT NETWORK	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
BONG LJUNGDAHL	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
GROUPE HAMELIN	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
GPV GROUPE	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%
OTROS ASOCIADOS FEPE	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
NO ASOCIADOS FEPE	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

fuelle: notificación

(30) Según la notificante, las cuotas para los mercados afectados por esta operación en el ámbito nacional son las siguientes:

(iv) Mercado nacional de fabricación y venta de sobres

	2007	2008	2009
TOMPLA	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
MAESPA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOMPLA+MAESPA	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
UNIPAPEL	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
ANTALIS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%

PLANA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ARGANSOBRE	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ZELATUM	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
SOBRESIL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ENVEL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ANDUPAL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
GPV-GRAFOPLAS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ARPON	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
APOLLONIO/ITALIA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

fuelle: notificación

(v) Mercado nacional de fabricación y venta de sobres blancos

	2007	2008	2009
TOMPLA	[40-50]%	[50-60]%	[40-50]%
MAESPA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOMPLA+MAESPA	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%
UNIPAPEL	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%
ANTALIS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
PLANA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ARGANSOBRE	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ZELATUM	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
SOBRESIL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ENVEL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ANDUPAL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
GPV-GRAFOPLAS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ARPON	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
APOLLONIO/ITALIA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

fuelle: notificación

(vi) Mercado nacional de fabricación y venta de sobres pre-impresos

	2007	2008	2009
TOMPLA	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
MAESPA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOMPLA+MAESPA	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%
UNIPAPEL	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%
ANTALIS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
PLANA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%

ARGANSOBRE	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ZELATUM	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
SOBRESIL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ENVEL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ANDUPAL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
GPV-GRAFOPLAS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
ARPON	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
APOLLONIO/ITALIA	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%

fuelle: notificación

VII.2. Estructura de la demanda

- (31) La demanda de sobres blancos está constituida por distribuidores (especializados en material de oficina o generalistas) y por empresas que venden estos sobres a otras empresas o a particulares tras haberlos procesado (imprentas y “*Print Management Companies*” -o PMC).
- (32) La demanda de sobres impresos está constituida por la Administración Pública y otros grandes consumidores (bancos, empresas de gas, telefonía, electricidad, venta por catálogo, marketing directo y otras grandes empresas para su correspondencia comercial).
- (33) Al ser los sobres un producto relativamente homogéneo y no existir costes significativos asociados al cambio de proveedor, los clientes no guardan fidelidad a una marca determinada y el precio constituye el factor clave a la hora de seleccionar a la empresa suministradora.
- (34) En el caso particular de los sobres impresos, es frecuente que los clientes organicen la contratación mediante concurso. Además, estos clientes se han organizado en centrales de compra con un considerable poder de negociación, tanto por el volumen de pedidos que consiguen acumular como por el propio mecanismo de subasta electrónica que utilizan. Tal es el caso de ADQUIRA (cuyos principales socios son BBVA, Repsol, Telefónica e Iberia), SUMASA (liderada por La Caixa) y AQUANIMA (liderada por BSCH).
- (35) En cuanto a los sobres blancos, la aparición de las PMC también ha supuesto un incremento del poder de negociación de la demanda. Las PMC son operadores globales que se dedican a la impresión, ensobrado y reparto de correspondencia por cuenta de otras empresas. Estas empresas, entre las que cabe citar ARVATO, CORREO HÍBRIDO o SERVINFORM, son grandes compradores de sobres, con un gran poder de negociación y con un importante nivel de información sobre precios.

VII.3. Barreras a la entrada

- (36) Según la notificante, tanto los mercados de sobres blancos como de sobres impresos se caracterizan por la práctica ausencia de barreras de entrada.

- (37) Los factores de producción empleados en esta industria son fácilmente accesibles:
- La inversión más relevante que han de hacer los nuevos entrantes es la maquinaria. El coste de la misma es en cualquier caso moderado ya que estas máquinas tienen una vida útil muy prolongada y existe un importante mercado de segunda mano para las mismas.
 - La materia prima fundamental es el papel, cuyo mercado suele caracterizarse por el exceso de oferta.
- (38) Al tratarse de un bien homogéneo, no es necesario llevar a cabo grandes inversiones en promoción o publicidad, ya que la imagen de marca no es un activo que se valore en estos mercados.
- (39) No existen derechos de propiedad industrial o intelectual que puedan constituir un obstáculo para el acceso a los mercados de sobres. Tampoco existen costes relevantes de investigación y desarrollo, pues se trata de un mercado maduro en el que existe muy poco margen para la innovación.
- (40) Los fabricantes venden directamente a sus clientes, sin que sea necesario disponer de una red de distribución.
- (41) Finalmente, la notificante señala que no le consta que recientemente se haya producido la entrada de alguna empresa importante en los mercados de sobres blancos e impresos ni considera previsibles nuevas entradas. Afirma que, en cualquier caso, esto se explica no por la presencia de barreras de entrada sino por la existencia de un exceso de oferta que resta atractivo a estos mercados. Este exceso de oferta ha impulsado el proceso de concentración del sector a escala europea.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (42) La operación consiste en la adquisición por TOMPLA del control exclusivo sobre MAESPA, a través de la adquisición del 100% de su capital.
- (43) La operación se ejecutó con fecha 15 de julio de 2010, antes de su preceptiva notificación a la Comisión Nacional de la Competencia de acuerdo con el artículo 9 de la Ley 15/2007.
- (44) La operación afecta al sector de la fabricación y venta de sobres de papel (Código NACE C 17.02.03). Como resultado de la concentración se produce un solapamiento en la fabricación y venta de sobres, tanto en el segmento de sobres blancos como en el de sobres pre-impresos.
- (45) En el ámbito del EEE, la adición de cuotas es muy pequeña y el impacto sobre la estructura de mercado es marginal. Como resultado de la operación TOMPLA alcanza una cuota del [10-20]% (adición del [0-5]%) en el mercado amplio de sobres. En los mercados estrechos de sobres blancos y sobres pre-impresos, las cuotas resultantes son, respectivamente, del [10-20]% (adición del [0-5]%) y del [10-20]% (adición del [0-10]%).

- (46) Además, como resultado del proceso de concentración que ha experimentado la industria en los últimos años, el mercado europeo de sobres se caracteriza por la presencia de grandes operadores como Mayer Kuvert ([10-20]%²), GPV ([10-20]%), Bong ([10-20]%) y Hamelin ([10-20]%)³, con cuotas similares a la de TOMPLA. La notificante señala que esta operación se enmarca dentro de este proceso de reestructuración del sector, que ha venido motivado por una situación de exceso de oferta y de precios y márgenes decrecientes, según TOMPLA.
- (47) En el ámbito nacional, TOMPLA alcanza tras la operación una cuota en el mercado de sobres del [40-50]% (adición del [0-10]%). Las cuotas resultantes en los mercados estrechos de sobres blancos y sobres pre-impresos son, respectivamente, [40-50]% (adición del [0-10]%) y [40-50]% (adición del [0-10]%).
- (48) Así, como resultado de esta adquisición, TOMPLA refuerza su posición de liderazgo en el mercado español, si bien es cierto que la adición de cuotas es moderada (sólo en el mercado estrecho de sobres pre-impresos supera ligeramente el [0-10]%), por lo que el impacto sobre la estructura de oferta es limitado.
- (49) Existen otros competidores significativos, como UNIPAPEL, con cuotas de mercado en torno al [20-30]%. Además de UNIPAPEL, existen una serie de competidores de menor tamaño, con cuotas de mercado similares a la de la empresa adquirida, como ANTALIS, PLANA, ARGANSOBRE, ZELATUM, SOBRESIL y ENVEL.
- (50) Por otro lado, la ausencia de barreras técnicas y legales a la entrada de nuevos competidores, unido a la presencia de grandes grupos europeos con capacidad de expandirse al mercado español supone una amenaza competitiva importante y puede contribuir a disciplinar los precios en el mercado español. No es previsible, por el contrario, que se produzcan nuevas entradas en el mercado dada la situación existente de exceso de capacidad.
- (51) Además, la demanda tiene un gran poder de negociación, especialmente en los sobres corporativos pre-impresos, fruto de la organización de los clientes de sobres pre-impresos en centrales de compra, pero también en sobres blancos con el reciente fenómeno de las PMCs, que son operadores globales que se dedican a la impresión, ensobrado y reparto de correspondencia por cuenta de terceros, concentrando una gran parte de la demanda de sobres blancos.
- (52) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en los mercados analizados, por lo que es susceptible de ser aprobada en primera fase sin compromisos.
- (53) Todo ello sin perjuicio de que, dadas las características de este mercado y de los operadores del mismo, puedan existir incentivos a llevar a cabo comportamientos coordinados en cuyo caso podrán ser analizados desde la óptica de los acuerdos entre empresas.

² Estas cuotas se refieren al mercado amplio de sobres si bien no difieran sustancialmente de las cuotas para los mercados estrechos de sobres blancos y sobres pre-impresos.

³ En octubre de 2010 se ha completado la fusión de Bong y Hamelin, convirtiéndose en el principal fabricante de sobres europeo.