

**INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN****EXPEDIENTE C/0555/14 CARREFOUR/ ACTIVOS KLEPIERRE**

---

**I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 31 de enero de 2014 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición del control exclusivo por parte de CARREFOUR S.A. ("CARREFOUR"), de una cartera de galerías comerciales pertenecientes al Grupo KLEPIERRE.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por CARREFOUR 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 la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma. 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) En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 55.5 de la LDC, la Dirección de Competencia requirió de la notificante con fecha 14 de febrero de 2014 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada ese mismo día. Sin embargo, dado que la información recibida no respondía completamente a las cuestiones planteadas, con fecha 17 de febrero de 2014 se requirió a la notificante que completara la información. Con fecha 25 de febrero de 2014 se recibió la respuesta completa.
- (4) En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 55.5 de la LDC, la Dirección de Competencia volvió a requerir de la notificante con fecha 4 de marzo de 2014 información de carácter necesario para la resolución del expediente. Con fecha 6 de marzo de 2014 se recibió la respuesta completa.
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 13 de marzo de 2014 inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

**II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (6) La operación de concentración consiste en la adquisición del control exclusivo negativo por parte de CARREFOUR de una cartera de activos inmobiliarios<sup>1</sup> pertenecientes al GRUPO KLEPIERRE<sup>2</sup>.
- (7) Con fecha [...] <sup>3</sup>, GRUPO CARREFOUR, GRUPO KLEPIERRE y COVICAR 23 S.A.S. suscribieron un Memorándum de Entendimiento a efectos de formalizar su negociación y el [...] firmaron un Protocolo de Acuerdo que

---

<sup>1</sup> Los activos objeto de la operación se componen de 57 galerías comerciales situadas en Francia, 63 galerías comerciales situadas en España y 7 galerías comerciales situadas en Italia.

<sup>2</sup> Algunos de dichos Activos pertenecieron, total o parcialmente, al Grupo CARREFOUR, quien los vendió en el año 2000 a KLEPIERRE. Según los términos del Protocolo suscrito en aquel momento, [...].

<sup>3</sup> Se insertan entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

define los términos y condiciones de la operación y estipula las obligaciones de las partes.

- (8) La operación se desarrollará a través de Covicar 23 S.A.S. (“COVICAR 23”), una sociedad de nueva creación integrada por [...] inversores, controlada en exclusiva por CARREFOUR, su principal accionista<sup>4</sup> ([...%]).
- (9) El Consejo de Administración de COVICAR 23 estará compuesto por [...] administradores<sup>5</sup>: [...] designados a propuesta de CARREFOUR, [...] nombrados por cada uno de los [...] inversores con más del [...%] del capital y de los derechos de voto de COVICAR 23 y [...] a propuesta de CARREFOUR.
- (10) El Presidente de Covicar 23 será designado por decisión del Consejo de Administración por [...].
- (11) La aprobación de determinadas materias dentro del Consejo de Administración de COVICAR 23, como las relativas a la adopción del plan de negocio y al presupuesto, se realizará por [...].
- (12) En consecuencia, CARREFOUR ejercerá control exclusivo [...], en el sentido de lo dispuesto por la Comunicación consolidada de la Comisión Europea sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia (párrafo 54), sobre los activos adquiridos a KLEPIERRE.
- (13) A la vista de lo anterior, la operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1. b) de la LDC.

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

- (14) 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, puesto que el volumen de negocios de las partes no supera los umbrales del artículo 1 de dicho Reglamento.
- (15) 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.
- (16) 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 Francia y España.

### **IV. EMPRESAS PARTÍCIPES**

#### **IV.1. ADQUIRENTE: CARREFOUR, S.A. (CARREFOUR)**

- (17) CARREFOUR, S.A. (“CARREFOUR”) desarrolla su negocio fundamentalmente en el sector de la distribución de bienes de consumo diario en Francia, España y otros países de Europa, además de Asia y América Latina. Es la cabecera del GRUPO CARREFOUR.

---

<sup>4</sup> La participación de los demás co-inversores es la siguiente: [...].

<sup>5</sup> Según el Pacto de Accionistas el número de administradores variará entre [...].

- (18) Está también activo, en menor medida, en el sector de la explotación inmobiliaria, en el que en España ejerce su actividad principalmente a través de CARREFOUR PROPERTY ESPAÑA, S.L.U.
- (19) CARREFOUR cotiza en la Bolsa de París (Euronext Paris) y sus principales accionistas son Blue Capital ([10-20%]), BUNTT ([0-10%]) y Colony Blue Investor ([0-10%]).

| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE CARREFOUR 2012 (millones de euros) |        |        |
|-----------------------------------------------------------|--------|--------|
| MUNDIAL                                                   | UE     | ESPAÑA |
| [>2.500]                                                  | [>250] | [>60]  |

Fuente: Notificante

#### IV.2. ADQUIRIDA: ACTIVOS DE KLEPIERRE, S.A. EN ESPAÑA (“ACTIVOS KLEPIERRE”)

- (20) Los activos objeto de adquisición en España son una cartera de 63 galerías comerciales adyacentes a hipermercados del GRUPO CARREFOUR situadas en 56 municipios.
- (21) El Grupo KLEPIERRE gestiona propiedades en centros comerciales situados principalmente en Europa continental. El negocio de este Grupo está basado en el desarrollo, alquiler, propiedad y gestión de activos.
- (22) El volumen de negocios del Grupo KLEPIERRE en el último ejercicio económico, conforme al art. 5 del R.D. 261/2008 fue, según el notificante, el siguiente:

| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE KLEPIERRE 2012 (millones de euros) |        |        |
|-----------------------------------------------------------|--------|--------|
| MUNDIAL                                                   | UE     | ESPAÑA |
| [<2.500]                                                  | [<250] | [<60]  |

Fuente: Notificante

### V. MERCADO RELEVANTE

#### V.1 Mercado de producto

- (23) La operación de concentración afecta al sector inmobiliario, en particular, al ámbito de la tenencia y gestión por cuenta propia (o alquiler) de activos inmobiliarios de uso no residencial (particularmente comercial).
- (24) De acuerdo con los precedentes nacionales<sup>6</sup>, dentro del sector inmobiliario cabe una primera diferenciación entre las actividades de promoción y explotación y las de mera intermediación inmobiliaria.

<sup>6</sup> Expedientes N/06061 INMOCARAL/ INMOBILIARIA COLONIAL; N/06074 GRUPO SAN JOSÉ/ PARQUESOL; N/06073 REYAL/URBIS; N/06104 FEMARAL/FADESA; N/07004 PROMOCIONES HABITAT/FERROVIAL INMOBILIARIA y N/07037 INMOCARAL/RIOFISA.

- (25) La promoción y explotación inmobiliaria comprende el conjunto de actividades y servicios desarrollados por los operadores que financian y gestionan la construcción de edificios con el fin de venderlos a terceros o bien de explotar y gestionar el bien inmueble directamente en régimen de arrendamiento o bajo cualquier otro admitido por el ordenamiento jurídico.
- (26) Por su parte, la intermediación inmobiliaria consiste en la prestación a terceros de determinados servicios relativos a la venta o alquiler de inmuebles.
- (27) A su vez, de acuerdo con los precedentes citados, dentro de las actividades de promoción y explotación inmobiliaria es posible distinguir cuatro mercados diferentes de producto en función de la demanda:
- promoción y venta de inmuebles al sector residencial, es decir, para su uso como vivienda (promoción residencial destinada a venta);
  - promoción y venta de inmuebles al sector profesional y empresarial, esto es, de oficinas, centros comerciales y de ocio, aparcamientos, naves industriales, hoteles, residencias para la tercera edad, etc. (promoción no residencial destinada a venta);
  - alquiler de inmuebles al sector residencial (gestión de patrimonio residencial);
  - alquiler de inmuebles al sector no residencial (gestión de patrimonio no residencial).
- (28) Por su parte, los precedentes de la Comisión Europea<sup>7</sup>, si bien no han cerrado la definición de mercado, han distinguido dentro de los servicios inmobiliarios, según la naturaleza de los bienes o servicios de que se trate, entre: a) administración de activos inmobiliarios (gestión de inmuebles por cuenta de terceros); b) valoración inmobiliaria; c) promoción inmobiliaria; d) intermediación inmobiliaria; e) asesoramiento inmobiliario; f) gestión de activos inmobiliarios (gestión de inmuebles por cuenta propia), diferenciando dentro de esta categoría entre los segmentos residencial, por un lado, y profesional, por otro.
- (29) A su vez, dentro del segmento profesional, los precedentes comunitarios<sup>8</sup> han diferenciado tres mercados en función del uso de los inmuebles: de oficinas, comercial e industrial. No obstante, hasta el momento no se ha considerado necesario delimitar de forma más precisa cada uno de ellos.
- (30) Según indica la notificante, otras autoridades de competencia, como la francesa, han contemplado la posibilidad de distinguir, según el uso al que se destinen los inmuebles, entre centros comerciales y locales comerciales a pie de calle, diferenciando a su vez dentro de los centros comerciales en función de su tamaño. Sin embargo, esta cuestión se ha dejado abierta<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> M. 3370 BNP PARIBAS/ATIS REAL INTERNATIONAL; M. 6889 SOGECAP/CARDIF/ENSEMBLE IMMOBILIER CLICHY- LA- GARENNE; M. 7050 ALLIANZ SE/NRF/KAMPPI SHOPPING CENTRE.

<sup>8</sup> Entre otros, M. 2863 MORGAN STANLEY/OLIVETTI/TELECOM ITALIA/TIGLIO.

<sup>9</sup> Decisión de la Autoridad Francesa de la Competencia nº 10-DCC-112, de 17 de septiembre de 2010.

- (31) La notificante considera que en esta operación el mercado de producto a analizar es el de la tenencia y gestión por cuenta propia (o alquiler) de activos inmobiliarios de uso comercial, pues no cree necesario distinguir un mercado relevante distinto para la tenencia y gestión por cuenta propia (o alquiler) de superficie comercial en centros comerciales por diversos motivos, entre los que cita que la superficie bruta alquilable en centros comerciales compite con la de otro tipo de establecimientos comerciales, como locales comerciales a pie de calle, grandes almacenes o locales comerciales aislados.

## **V.2 Mercado geográfico**

- (32) Hasta la fecha, los precedentes nacionales y comunitarios han dejado abierta la definición del ámbito geográfico de los mercados inmobiliarios, si bien reconocen que en la actividad inmobiliaria existen ciertas diferencias de carácter local o regional, dado que las condiciones de demanda y oferta difieren significativamente de un área a otra<sup>10</sup>.
- (33) En opinión de la notificante, tanto el segmento de tenencia y gestión por cuenta propia (o alquiler) de activos inmobiliarios de uso comercial como el segmento de tenencia y gestión por cuenta propia (o alquiler) de superficie comercial en centros comerciales tiene, al menos, ámbito provincial, ya que, entre otras razones, los demandantes de Superficie Bruta Alquilable (SBA) tienen en cuenta, al establecerse en un local o centro comercial, las condiciones de competencia que existen en un ámbito supramunicipal.
- (34) En línea con lo señalado por la notificante, esta Dirección estima que el análisis de la situación competitiva a nivel local debería llevarse a cabo teniendo en cuenta las áreas o zonas de influencia comercial del establecimiento.
- (35) A la vista de lo anterior y de acuerdo con las características de la operación, esta Dirección estudiará sus implicaciones desde el punto de vista de la competencia en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (o alquiler) de superficie comercial en centros comerciales, desde el punto de vista local (municipal y zonas de influencia).

## **VI. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **VI.1. Estructura de la oferta**

- (36) Los oferentes de superficie comercial destinada al alquiler son las empresas propietarias de superficie comercial. De acuerdo con precedentes nacionales, el mercado inmobiliario en España se caracteriza por estar muy atomizado, ya que junto a un amplio colectivo de empresas pequeñas que actúan, generalmente, a escala regional o local, también se encuentran presentes grandes operadores con un significativo poder financiero y relevancia nacional e internacional, como Sacyr Vallehermoso,

---

<sup>10</sup> Expediente N-06074 GRUPO SAN JOSÉ/PARQUESOL. Casos comunitarios M.2863 MORGAN STANLEY/OLIVETTI/TELECOM ITALIA/TIGLIO; M.2086 DB/HAMBURGISCHE IMMOBILIEN HANDLUNG/DLI y M.1289 HARBERT MANAGEMENT/ DB/ BT/ SOPPO/ÖHMAN.

Royal Urbis, Ferrovia, Realia o Rodamco. Además, de acuerdo con la notificante, en los últimos años está aumentando la presencia de fondos de inversión, como Intu Properties o Baupost.

- (37) La notificante ha calculado las cuotas de mercado a partir de la información disponible en el Directorio de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC)<sup>11</sup> de 2012, que contiene información sobre SBA en centros comerciales<sup>12</sup>.
- (38) La AECC define el centro comercial como un conjunto de establecimientos comerciales independientes, planificados y desarrollados por una o varias entidades, con criterio de unidad, cuyo tamaño, mezcla comercial, servicios comunes y actividades complementarias están relacionadas con su entorno, y que dispone permanentemente de una imagen y gestión unitaria.
- (39) En particular, la notificante incluye la SBA situada en centros comerciales muy grandes (SBA superior a 79.999 m<sup>2</sup>), grandes (SBA desde 40.000 m<sup>2</sup> hasta 79.999 m<sup>2</sup>), medianos (SBA desde 20.000 m<sup>2</sup> hasta 39.999 m<sup>2</sup>) y pequeños (SBA desde 5.000 m<sup>2</sup> hasta 19.999 m<sup>2</sup>), así como la SBA situada en galerías comerciales fundamentadas en un hipermercado (como son los activos objeto de la operación), en otras galerías comerciales urbanas (de hasta 4.999 m<sup>2</sup>, si bien puede haber algunas con una superficie mayor)<sup>13</sup> y en parques comerciales o de medianas (parque de actividades comerciales que tengan un espacio común urbanizado, realicen actividades comerciales al por menor y estén formados, principalmente, por medianas y grandes superficies)<sup>14</sup>.
- (40) Los activos objeto de la operación son 63 galerías comerciales localizadas en 56 municipios. De esos 56 municipios, esta Dirección tomará, como punto de partida para el análisis, aquellos en los que la cuota conjunta alcanzada como resultado de la operación propuesta en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales supera el 30% (umbral habitualmente empleado por

---

<sup>11</sup> La AECC es una asociación formada por cerca de 400 socios y miembros asociados, representando a más de 542 centros comerciales en toda España y cuyo objetivo principal es funcionar como punto de encuentro del sector, facilitando el debate y el intercambio de información sobre la realidad comercial y su respuesta a las necesidades del consumidor.

<sup>12</sup> La notificante ha completado la información del citado Directorio con datos relativos a pequeñas galerías comerciales a partir de los datos disponibles en el INE.

<sup>13</sup> En el cómputo de cuotas de mercado la notificante no ha considerado los centros de ocio, integrados fundamentalmente por establecimientos destinados al ocio, la restauración y el tiempo libre, que tienen habitualmente un complejo de cines como locomotora principal, ni los centros de fabricantes o centros *outlet*, también llamados *factory*, de ubicación normalmente periférica o en zonas turísticas, integrados por una agrupación de tiendas de fabricantes y marcas que venden con descuento sus propios productos.

<sup>14</sup> La exclusión de la SBA de los parques comerciales o de medianas en el cómputo de las cuotas de mercado no modificaría las principales conclusiones del análisis realizado en el presente informe. En concreto ello llevaría a definir el área de influencia de tres municipios adicionales (Jerez de la Frontera, Mérida y Villanueva de la Serena) y a realizar un análisis de la situación competitiva en base a los criterios que se explican más adelante en las áreas de influencia de cinco municipios (Lucena, Valladolid, Villanueva de la Serena, Alfafar, Paterna), sin que como resultado de ello se alteren las conclusiones del análisis de la operación desde el punto de vista de la competencia realizado en el presente informe..

las autoridades de competencia para centrar el análisis en aquellas zonas donde de la operación resulta una posición relativamente significativa de las partes desde el punto de vista estructural).

**TABLA 1. Municipios donde la cuota en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales tras la operación supera el 30%**

| MUNICIPIOS                | CUOTAS<br>CARREFOUR | CUOTAS<br>KLEPIERRE | CUOTAS<br>CONJUNTAS |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Lucena                    | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Córdoba                   | [30-40]             | [0-10]              | [30-40]             |
| La Línea de la Concepción | [70-80]             | [20-30]             | [90-100]            |
| Los Barrios               | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| S. Juan de Aznalfarache   | [50-60]             | [10-20]             | [60-70]             |
| Dos Hermanas              | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Palma de Mallorca         | [60-70]             | [0-10]              | [60-70]             |
| Santander                 | [30-40]             | [40-50]             | [70-80]             |
| Torrelavega               | [50-60]             | [0-10]              | [60-70]             |
| Salamanca                 | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Valladolid                | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Cabrera de Mar            | [80-90]             | [10-20]             | [90-100]            |
| Lérida                    | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Tarragona                 | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Reus                      | [50-60]             | [10-20]             | [60-70]             |
| Alfafar                   | [30-40]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Paterna                   | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Sagunto                   | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Alzira                    | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Villarreal                | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Finestrat                 | [30-40]             | [0-10]              | [30-40]             |
| Elche                     | [10-20]             | [10-20]             | [30-40]             |
| Petrer                    | [30-40]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Torre Vieja               | [30-40]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Mérida                    | [50-60]             | [0-10]              | [50-60]             |
| Villanueva de la Serena   | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Cáceres                   | [30-40]             | [0-10]              | [30-40]             |
| Plasencia                 | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Orense                    | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Pontevedra                | [40-50]             | [0-10]              | [50-60]             |
| Las Rozas                 | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Móstoles                  | [30-40]             | [0-10]              | [40-50]             |
| Pozuelo                   | [30-40]             | [0-10]              | [30-40]             |
| Sestao                    | [90-100]            | [0-10]              | [90-100]            |
| Oyázuñ                    | [40-50]             | [0-10]              | [40-50]             |

Fuente: Estimación de la notificante

- (41) Esta Dirección de Competencia considera necesario estudiar en detalle únicamente las implicaciones de la operación en las zonas de influencia comercial de las galerías comerciales objeto de adquisición localizadas en aquellos municipios en los que la cuota en el segmento de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales supere el 30% con una adición de cuota superior a cinco puntos porcentuales, así como en aquellos municipios en los que la cuota

resultante de la operación, con independencia de la adición de cuota, sea del 100%. Esto es, en las zonas de influencia de los activos adquiridos en los siguientes municipios: Lucena, La Línea de la Concepción, Los Barrios, San Juan de Aznalfarache, Dos Hermanas, Santander, Valladolid, Cabrera de Mar, Lérida, Reus, Alfafar, Paterna, Alzira, Villarreal, Elche, Petrer, Plasencia, Móstoles y Sestao.

- (42) Para los activos objeto de la operación localizados en cada uno de estos 19 municipios se delimitarán zonas de influencia o isocronas<sup>15</sup>, de forma similar a como se definen en las concentraciones económicas de establecimientos de venta de bienes de consumo en formato de libre servicio, esto es, considerando el tiempo de desplazamiento en coche entre municipios (máximo de aproximadamente 30 minutos)<sup>16</sup> y la existencia de redes viarias que justifican el desplazamiento de consumidores.

### **1. Zona de influencia del activo situado en Lucena**

- (43) El activo situado en Lucena forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que únicamente [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, utilizando los [...] m<sup>2</sup> restantes para la explotación de su hipermercado, es decir, se trata de superficie destinada a autoconsumo).
- (44) La notificante considera que el área de influencia de ese activo de Lucena comprende los municipios de Lucena y Puente Genil<sup>17</sup>, con una población de 42.592 y 30.385 habitantes, respectivamente, que se encuentran a una distancia de 29 kilómetros, a un tiempo aproximado de desplazamiento en coche de 27 minutos y están comunicados por una red viaria que permite un flujo rápido y fluido de desplazamientos de los consumidores, lo que es un elemento a tener en cuenta por los arrendatarios de SBA a la hora de establecerse en un municipio u otro.
- (45) Lucena y Puente Genil son las principales localidades en términos económicos y poblacionales de la zona de influencia, por lo que la notificante entiende que la SBA comercial existente en cada uno de ellos ejerce poder de atracción respecto de la población ubicada en los demás municipios colindantes.
- (46) Lucena cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> y Puente Genil con [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, respectivamente, corresponden a centros comerciales.

---

<sup>15</sup> Isocrona es una línea imaginaria que une las poblaciones que distan de un centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento.

<sup>16</sup> El precedente nacional más reciente donde se han empleado isocronas ha sido el C/0539/13 Fragadis/Miquel Alimentación.

<sup>17</sup> Para la delimitación y definición de cada una de las áreas de influencia se han tenido en cuenta únicamente aquellos municipios con superficie comercial en centros comerciales.

## **2. Zona de influencia de los activos situados en La Línea de la Concepción y Los Barrios**

- (47) El activo situado en La Línea de la Concepción forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, utilizando los [...] m<sup>2</sup> restantes para la explotación de su hipermercado, siendo superficie de autoconsumo).
- (48) El activo situado en Los Barrios forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, utilizando los [...] m<sup>2</sup> restantes para la explotación de su hipermercado).
- (49) La notificante considera que el área de influencia de esos dos activos ubicados en La Línea de la Concepción y Los Barrios comprende los municipios de La Línea de la Concepción, Los Barrios y Algeciras, con una población de 116.917, 23.141 y 64.704 habitantes, respectivamente, que se encuentran a un tiempo aproximado de desplazamiento de entre 15 y 25 minutos, y se hallan comunicadas por redes viarias óptimas, permitiendo un flujo rápido y fluido de desplazamientos de los consumidores, lo que es un elemento a tener en cuenta por los arrendatarios de SBA a la hora de establecerse en un municipio u otro.
- (50) De acuerdo con la notificante, los centros comerciales de La Línea de la Concepción, Los Barrios y Algeciras ejercen un gran poder de atracción sobre la totalidad de la zona de influencia considerada.
- (51) La Línea de la Concepción cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales; Los Barrios tiene una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales; y Algeciras, con [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales.

## **3. Zona de influencia de los activos situados en San Juan de Aznalfarache y Dos Hermanas**

- (52) El activo situado en Dos Hermanas forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, dedicados íntegramente a la explotación de su hipermercado.
- (53) Por su parte, el activo situado en San Juan de Aznalfarache, forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, utilizando los [...] m<sup>2</sup> restantes para la explotación de su hipermercado).
- (54) La notificante considera que el área de influencia de los activos ubicados en San Juan de Aznalfarache y Dos Hermanas comprende los municipios de Dos Hermanas, Sevilla, Camas, Mairena del Aljarafe, Tomares, San Juan de Aznalfarache y Castilleja de la Cuesta, con una población total de 963.507 habitantes, invirtiendo un tiempo entre 13 y 20 minutos para su desplazamiento. Los municipios del área de influencia se hallan bien comunicados por medio de la red viaria permitiendo un flujo rápido y fluido de desplazamientos de los consumidores.

- (55) Dentro del área de influencia considerada, CARREFOUR dispone, además, de [...] m<sup>2</sup> en Camas, dedicados íntegramente a la explotación de su hipermercado.
- (56) En Sevilla se sitúan tres activos. El primero (Macarena) forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo, y los [...] m<sup>2</sup> restantes son de CARREFOUR, que los dedica íntegramente a la explotación de su hipermercado (autoconsumo); el segundo (San Pablo) forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo, y los [...] m<sup>2</sup> restantes son de Carrefour, de los que solo [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, utilizando los [...] m<sup>2</sup> restantes a la explotación de su hipermercado; el tercero (Montequinto), forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo, y [...] m<sup>2</sup> son de Carrefour, de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, utilizando los [...] m<sup>2</sup> restantes a la explotación de su hipermercado. Por tanto, los Activos adquiridos en Sevilla suman una SBA de [...] m<sup>2</sup>.
- (57) Sevilla, San Juan de Aznalfarache y Dos Hermanas están situados, alrededor de la corona metropolitana del municipio de Sevilla. De acuerdo con la notificante, estos municipios forman un tejido urbano continuado, lo que favorece una interrelación intensa entre ellos<sup>18</sup> y, por tanto, la posibilidad de que los residentes de cualquier municipio del área de influencia puedan realizar sus compras en distintos puntos del mismo.
- (58) Sevilla cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Dos Hermanas con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Camas con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Mairena de Aljarafe con [...] m<sup>2</sup>, ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Tomares con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); San Juan de Aznalfarache con [...] m<sup>2</sup>, ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); y Castilleja de la Cuesta con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales).

#### **4. Zona de influencia del activo situado en Santander**

- (59) En cuanto a los activos situados en Santander, el primero (El Alisal) forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo, y sólo [...] m<sup>2</sup> son propiedad de CARREFOUR y están disponibles para terceros; el segundo (Peñacastillo), forma parte de un centro comercial de una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo, y [...] m<sup>2</sup> son de CARREFOUR, que los utiliza íntegramente para autoconsumo en la explotación de su hipermercado. Por tanto, los activos adquiridos en este municipio suman una SBA de [...] m<sup>2</sup>.
- (60) La notificante considera que el área de influencia de esos dos activos ubicados en Santander comprende los municipios de Santander, Torrelavega y Camargo, con una población total de 264.626 habitantes,

---

<sup>18</sup> Muchos residentes en un municipio trabajan en otro municipio del área de influencia, realizan otro tipo de actividades en otro municipio (deportivas, de ocio, estudios) o tienen familiares que residen en otro municipio del área de influencia.

siendo necesario invertir un tiempo aproximado de entre 14 y 24 minutos a partir de Santander, el municipio de mayor población y superficie comercial y también capital de provincia. Los municipios se encuentran comunicados por una red viaria óptima lo que permite un flujo rápido y fluido de desplazamientos.

- (61) De acuerdo con la notificante, estos municipios forman un tejido urbano continuado, lo que favorece una interrelación intensa entre ellos, a lo que hay que sumar el foco de atracción que ejerce el municipio de Santander<sup>19</sup> respecto de la población ubicada en los demás municipios del área de influencia.
- (62) Por su parte, en Torrelavega se sitúa un activo que forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo y [...] m<sup>2</sup> a Carrefour, de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, siendo los restantes dedicados íntegramente a autoconsumo.
- (63) Torrelavega cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup>, Santander con [...] m<sup>2</sup> y Camargo con [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, respectivamente, corresponden a centros comerciales.

## **5. Zona de influencia de los activos situados en Valladolid**

- (64) En el municipio de Valladolid CARREFOUR adquiere dos activos. El primero (Parquesol) forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo, y [...] m<sup>2</sup> son propiedad de Carrefour, íntegramente dedicados al autoconsumo<sup>20</sup>. El segundo (Valladolid II) forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> son de CARREFOUR, que los utiliza íntegramente para la explotación de su hipermercado. Por tanto, los Activos adquiridos en Valladolid suman una SBA total de [...] m<sup>2</sup>.
- (65) La notificante considera que el área de influencia de esos dos activos de Valladolid comprende los municipios de Valladolid, Arroyo de la Encomienda, Laguna de Duero y Zaratán, aglutinando una población total de 354.827 habitantes, que requieren un tiempo de desplazamiento entre 8 y 12 minutos a partir de Valladolid, capital y centro de atracción de la provincia. Los municipios considerados están conectados con una buena red viaria lo que permite un flujo rápido y fluido de desplazamientos, elemento a tener en cuenta por los arrendatarios de SBA a la hora de establecerse en un municipio.
- (66) De acuerdo con la notificante, el tejido urbano continuo y la estructura social de la zona favorecen una intensa interrelación, por lo que existe un alto grado de sustituibilidad entre la SBA comercial existente en las localidades incluidas dentro del área de influencia considerada.
- (67) Valladolid cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup>, Arroyo de la Encomienda [...] m<sup>2</sup>, Zaratán [...] m<sup>2</sup> y Laguna de Duero [...] m<sup>2</sup>, de los que

---

<sup>19</sup> Santander ofrece una amplitud de servicios comerciales como, por ejemplo, El Corte Inglés.

<sup>20</sup> La SBA restante es titularidad de varios operadores.

[...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, respectivamente, corresponden a centros comerciales.

#### **6. Zona de influencia del activo situado en Cabrera de Mar**

- (68) El activo adquirido en Cabrera de Mar forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, utilizando los restantes para la explotación de su hipermercado).
- (69) La notificante considera que el área de influencia de este activo comprende los municipios de Mataró y Cabrera de Mar, sumando una población total de 128.628 habitantes en un área de influencia donde los municipios de Mataró y Cabrera de Mar están situados a una distancia que supone un tiempo de desplazamiento de 16 minutos. Existe una buena red viaria de conexión con estos municipios lo que permite un flujo rápido y fluido de desplazamientos.
- (70) Cabrera de Mar y Mataró se encuentran en una zona de tejido urbano prácticamente continuo, lo que lleva a la notificante a considerar a ambas localidades como el gran polo de atracción sobre otros municipios de la zona.
- (71) Cabrera de Mar cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> y Mataró [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, respectivamente, corresponden a centros comerciales.

#### **7. Zona de influencia del activo situado en Lérida**

- (72) En la ciudad de Lérida existe un único centro comercial con una SBA de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles a terceros, siendo el resto SBA dedicada a la explotación de su hipermercado).
- (73) No existe ningún otro centro comercial en un radio de 30 minutos de desplazamiento en coche desde el activo objeto de adquisición.
- (74) De acuerdo con la notificante, Lérida dispone de una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales. Lérida tiene una población de 139.809 habitantes.

#### **8. Zona de influencia del activo situado en Reus**

- (75) El activo situado en Reus forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup> de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, que los utiliza íntegramente para la explotación de su hipermercado.
- (76) La notificante considera que el área de influencia de Reus comprende el municipio de Tarragona. Reus tiene una población de 107.211 habitantes y Tarragona de 133.954 habitantes. Son municipios colindantes, unidos por la llamada Avenida de Tarragona, situados a una distancia de 13 kilómetros, a un tiempo aproximado de 16 minutos.
- (77) Además se adquiere un activo en Tarragona, el cual forma parte de un centro comercial con una SBA de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] corresponden al Activo y [...] a CARREFOUR, de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros siendo la superficie restante dedicada a autoconsumo.

- (78) Mientras que Tarragona es la capital y la ciudad más poblada de la provincia, Reus es el segundo referente comercial de la misma, por lo que la notificante la considera como el único municipio con una importancia equiparable a la de Tarragona en términos económicos y poblacionales, produciéndose así un poder de atracción recíproco entre ambas poblaciones.
- (79) Tarragona cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> y Reus con [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup> corresponden, respectivamente, a centros comerciales.

## **9. Zona de influencia de los activos situados en Alfafar y Paterna**

- (80) En Alfafar CARREFOUR adquiere [...] m<sup>2</sup> de SBA ubicados en la galería comercial adyacente a los [...] m<sup>2</sup> de SBA de la que dispone en tal centro y que destina a su hipermercado (SBA de autoconsumo); en Paterna adquiere [...] m<sup>2</sup> de SBA, adyacentes a los [...] m<sup>2</sup> de SBA de la que ya dispone en el centro comercial de este municipio, de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros (el resto es SBA de autoconsumo en la que CARREFOUR ubica su hipermercado).
- (81) La notificante considera que el área de influencia de Alfafar y Paterna comprende los municipios de Alboraya, Aldaia, Alfafar, Burjassot, La Eliana, Massalfassar, Paterna, Sedaví, Torrent, Valencia y Xirivella, aglutinando una población total de 1.118.994 habitantes, siendo necesario invertir un tiempo aproximado de entre 8 y 20 minutos para el desplazamiento alrededor de Valencia. La comunicación entre estos municipios se realiza a través de las vías de circunvalación que permiten desplazamientos rápidos y fluidos entre todos ellos, lo que necesariamente es un elemento a tener en cuenta por los arrendatarios de SBA a la hora de establecerse en un municipio.
- (82) En Valencia CARREFOUR adquiere además [...] m<sup>2</sup> de SBA, adyacentes a los [...] m<sup>2</sup> de que dispone en el centro comercial de Campanar, de los que únicamente [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros (el resto se utiliza para autoconsumo).
- (83) De conformidad con la información aportada, CARREFOUR dispone, asimismo, de SBA en otros tres centros comerciales situados en el área de influencia de Valencia. Concretamente, dispone de [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial El Saler de Valencia, de [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial Gran Turia de Xirivella, y de [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial El Osito de La Eliana. De toda esta SBA, únicamente están disponibles para terceros [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial Gran Turia, de modo que CARREFOUR destina la práctica totalidad de esta SBA a autoconsumo.
- (84) Valencia, Alfafar y Paterna se sitúan en un área de influencia<sup>21</sup> con un tejido urbano continuo gracias a la buena comunicación existente por medio de vías rápidas. Esto lleva a la notificante a concluir la existencia de

---

<sup>21</sup> La notificante destaca que esta área de influencia está formada por una serie de municipios satélites ubicados en el extrarradio del municipio de Valencia, con un total de 20 centros comerciales constituyendo un tejido urbano continuo que favorece una interrelación intensa entre los distintos municipios.

presión competitiva entre la SBA comercial situada en los distintos establecimientos comerciales del área de influencia y, por tanto, de una sustituibilidad desde el punto de vista de los potenciales arrendatarios entre los inmuebles destinados a uso comercial situados en los municipios incluidos dentro del área de influencia de Valencia.

- (85) Alfafar cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponde a centros comerciales); Sedaví con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Xirivella con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Valencia con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Paterna con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Torrent con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Aldaia con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Burjassot con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); Alboraya con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); La Eliana con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales); y Massalfassar con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales).

## **10. Zona de influencia del activo situado en Alzira**

- (86) El activo situado en Alzira forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> de SBA corresponden al Activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, de los que están disponibles para terceros [...] m<sup>2</sup>, siendo el resto de SBA empleada por CARREFOUR para la explotación de su hipermercado.
- (87) La notificante considera que el área de influencia de Alzira comprende los municipios de Alzira, Carcaixent, Sueca, Cullera y Xàtiva. Alzira es el municipio cabecera del área de influencia<sup>22</sup>, con una población de 44.941 habitantes<sup>23</sup> mientras que los demás municipios del área de influencia tienen una población que oscila entre 20.000 y 30.000 habitantes. Los referidos municipios se encuentran a una distancia de Alzira de entre 4,7 km (Carcaixent) y 22,1 km (Xàtiva), con un tiempo de desplazamiento de entre 10 y 30 minutos. Existen vías de comunicación óptimas entre Alzira y las localidades consideradas.
- (88) Alzira se sitúa en un área urbana con densidad comercial alta de naturaleza urbana, en la que los cinco municipios considerados son las principales localidades en términos económicos y poblacionales, por lo que la notificante considera que la SBA comercial existente en cada uno de ellos ejerce poder de atracción respecto de la población ubicada en los demás municipios colindantes. Ello determina, junto con la existencia de desplazamientos entre una y otra población, la competencia existente entre la SBA comercial disponible en uno y otro municipio.

---

<sup>22</sup> Alzira es un importante núcleo industrial y comercial. Según datos del Ayuntamiento, Alzira acapara la mayor parte de la oferta de ocio y servicios de la zona, hasta el punto de que el 94,7% de los visitantes que acuden a la ciudad lo hacen para realizar compras.

<sup>23</sup> En base a la información disponible, 95.000 si se incluye los cascos urbanos de Algemesí y Carcaixent, con los que se encuentra prácticamente unido, formando una conurbación.

- (89) Alzira cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup>, Carcaixent [...] m<sup>2</sup>, Sueca [...] m<sup>2</sup>, Cullera [...] m<sup>2</sup>, y Xàtiva [...] m<sup>2</sup>, de los cuales [...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, respectivamente, corresponden a centros comerciales.

### **11. Zona de influencia del activo situado en Villarreal**

- (90) El Activo situado en Villarreal forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, que los utiliza íntegramente para la explotación de su hipermercado.
- (91) La notificante considera que el área de influencia de Villarreal comprende el municipio de Castellón de la Plana. Castellón de la Plana es el municipio cabecera del área de influencia, capital de provincia, con una población de 180.204 habitantes y una SBA total de [...] m<sup>2</sup>. Por su parte, Villarreal cuenta con una población de 51.357 habitantes y una SBA total de [...] m<sup>2</sup>. Ambos municipios se encuentran a una distancia de 8 kilómetros, con un tiempo de desplazamiento de 15 minutos en coche, y prácticamente unidos por el municipio de Almazora y el polígono industrial Ramonet. Todo ello permite un flujo óptimo de desplazamientos de los consumidores.
- (92) Además en Castellón de la Plana se adquiere un activo que es parte de un centro comercial con una SBA de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo y [...] m<sup>2</sup> son destinados por CARREFOUR a su hipermercado (SBA de autoconsumo).
- (93) La zona de influencia de Castellón de la Plana es un área urbana donde los dos municipios considerados constituyen las principales localidades en términos económicos y poblacionales, ejerciendo la SBA comercial existente en cada uno de ellos poder de atracción respecto de la población ubicada en los demás municipios colindantes. De acuerdo con la notificante, esta característica, unida a la facilidad de desplazamiento entre una y otra población, determina la competencia existente entre la SBA comercial disponible en uno y otro municipio.
- (94) Castellón de la Plana cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> y Villarreal [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, respectivamente, corresponden a centros comerciales.

### **12. Zona de influencia del activo situado en Elche**

- (95) El activo situado en Elche forma parte de un centro comercial de una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, mientras que la SBA restante CARREFOUR la dedica a la explotación de su hipermercado.
- (96) CARREFOUR dispone de SBA en otros centros comerciales situados en el área de influencia de Alicante. En concreto, dispone de [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial Gran Vía (Alicante); dispone de [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial Puerta de Alicante (Alicante), de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros; y dispone de [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial de San Juan (San Juan de Alicante), de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros. La

- restante SBA en estos tres centros es explotada por CARREFOUR por medio de sus hipermercados.
- (97) La notificante considera que el área de influencia de este activo comprende los municipios de Alicante, Elche, San Juan de Alicante y San Vicente del Raspeig, y se trata de una zona urbana con una densidad comercial media.
  - (98) Alicante cuenta con una población de 334.678 habitantes, Elche de 230.587 habitantes, San Juan de Alicante de 22.740 habitantes y San Vicente del Raspeig de 55.100 habitantes.
  - (99) Los municipios de Elche y Alicante se encuentran separados por 28 kilómetros y están comunicados por medio de vías rápidas con un tiempo total de desplazamiento de 23 minutos. Los municipios situados en el extrarradio de Alicante, San Vicente de Raspeig y San Juan de Alicante, son fácilmente accesibles desde Alicante. Existe por tanto un flujo rápido y fluido de desplazamientos de los consumidores, lo que necesariamente es un elemento a tener en cuenta por los arrendatarios de SBA a la hora de establecerse en uno de los cuatro municipios.
  - (100) Elche y Alicante son los dos principales municipios de la provincia de Alicante, sin que exista ningún otro municipio en la provincia con características semejantes. Cuentan con una estructura poblacional similar y ambos se encuentran rodeados por municipios periféricos (Crevillente o Bonavista en el caso de Elche, San Vicente del Raspeig o San Juan de Alicante en el caso de Alicante) sobre cuyos habitantes ejercen un poder de atracción y comparten tejido urbano. De acuerdo con la notificante, ello determina, junto con la facilidad de desplazamientos entre los cuatro municipios, la competencia existente entre la SBA comercial disponible en cualquiera de ellos.
  - (101) Alicante cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup>, Elche con [...] m<sup>2</sup>, San Vicente del Raspeig con [...] m<sup>2</sup> y San Juan de Alicante con [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup>, [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, corresponden, respectivamente, a centros comerciales.

### **13. Zona de influencia del activo situado en Petrer**

- (102) El activo situado en Petrer forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, mientras que la restante SBA CARREFOUR la destina a la explotación de su hipermercado.
- (103) La notificante considera que el área de influencia del activo adquirido en Petrer comprende los municipios de Petrer y Novelda, con una población de 34.697 habitantes y de 26.692 habitantes, respectivamente. Ambos municipios se encuentran separados por 14 kilómetros, con un tiempo total de desplazamiento entre ambas de 13 minutos. Existe por tanto un flujo rápido y fluido de desplazamientos de los consumidores, lo que necesariamente es un elemento a tener en cuenta por los arrendatarios de SBA a la hora de establecerse en uno de los cuatro municipios.
- (104) Petrer y Novelda son dos municipios interiores que cuentan con una población similar. De acuerdo con la notificante, ello determina, junto con la

facilidad de desplazamientos, la competencia existente entre la SBA comercial disponible en ambos municipios.

- (105) Petrer cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> y Novelda [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> y [...] m<sup>2</sup>, respectivamente, corresponden a centros comerciales.

#### **14. Zona de influencia del activo situado en Plasencia**

- (106) El activo que se adquiere en Plasencia es el único centro comercial de la ciudad. Dispone de una SBA de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a CARREFOUR, siendo toda esta SBA de autoconsumo, dedicada a la explotación de su hipermercado.
- (107) No existe ningún otro centro comercial en un radio de 30 minutos de desplazamiento en coche desde el activo objeto de adquisición.
- (108) El municipio de Plasencia dispone de una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> de los que [...] m<sup>2</sup> es superficie en centros comerciales. Plasencia tiene una población de 41.002 habitantes.

#### **15. Zona de influencia del activo situado en Móstoles**

- (109) El activo situado en Móstoles forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al Activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que solo [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros y el resto son empleados por CARREFOUR para autoconsumo).
- (110) A la vista de la información aportada, CARREFOUR dispone además de SBA en otro centro comercial radicado en el área de influencia de Móstoles, en Plaza de la Estación (Fuenlabrada), que cuenta con una SBA de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> son propiedad de CARREFOUR y que éste dedica a hipermercado.
- (111) La notificante considera que el área de influencia del activo situado en Móstoles comprende los municipios de Móstoles, Alcorcón, Arroyomolinos, Fuenlabrada y Villaviciosa de Odón. Móstoles cuenta con una población de 206.031 habitantes, Alcorcón de 169.308 habitantes, Arroyomolinos de 22.476 habitantes, Fuenlabrada de 198.132 habitantes, y Villaviciosa de Odón de 26.708 habitantes. Los cinco municipios se encuentran en el Suroeste de Madrid, en una zona de influencia de entre 8 y 15 minutos de desplazamiento desde Móstoles, para una distancia de entre 4 y 10 kilómetros.
- (112) La notificante considera que la proximidad geográfica de estos cinco municipios permite inferir la existencia de un tejido urbano prácticamente continuo, con una fuerte interrelación social entre los habitantes de estos municipios, siendo un elemento a tener en cuenta por los arrendatarios de SBA a la hora de establecerse en uno de los cuatro municipios.
- (113) Móstoles cuenta con una SBA comercial total de [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales), Alcorcón de [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales), Arroyomolinos de [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales), Villaviciosa de Odón [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales) y Fuenlabrada de [...] m<sup>2</sup> (de la que [...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales).

## 16. Zona de influencia del activo situado en Sestao

- (114) El activo situado en Sestao forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> de SBA corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, de los que, a su vez, [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, dedicando CARREFOUR el resto de SBA a la explotación de su hipermercado.
- (115) En base a la información aportada, CARREFOUR dispone además de SBA en otro centro comercial situado en el área de influencia de Bilbao, y a la que pertenece Sestao. En concreto, dispone de [...] m<sup>2</sup> en el centro comercial de Erandio, de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros, mientras que el resto de SBA CARREFOUR la dedica a autoconsumo.
- (116) La notificante considera que el área de influencia de ese activo de Sestao comprende los municipios de Barakaldo, Basauri, Bilbao, Erandio, Leioa, Portugalete y Sestao. De entre todos ellos, Bilbao es la cabecera y el centro económico y comercial, con una población de 351.629 habitantes, y Barakaldo dispone de 100.369 habitantes. El resto de municipios tiene una población inferior a los 50.000 habitantes. El área de influencia en torno a Bilbao incluye los seis municipios referidos, que rodean Bilbao de sureste (Basauri) a noroeste (Portugalete). La comunicación entre estos municipios es fluida y rápida, en una zona de influencia de entre 9 y 14 minutos para una distancia de entre 8 y 12,3 kilómetros.
- (117) Se trata de una zona urbana donde la SBA comercial ubicada en todos ellos ejerce poder de atracción respecto de la población ubicada en los demás municipios colindantes, existiendo una interrelación intensa entre los distintos municipios, lo que lleva a la notificante a considerar la existencia de competencia entre la SBA comercial disponible en todos los municipios considerados.
- (118) Sestao cuenta con una SBA de [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponde a centros comerciales), Barakaldo con [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales), Portugalete [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales), Leioa [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales), Erandio [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales), Basauri [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> corresponden a centros comerciales) y Bilbao [...] m<sup>2</sup> ([...] m<sup>2</sup> a corresponden centros comerciales).
- (119) Las cuotas estimadas en las zonas de influencia de las galería comerciales objeto de adquisición localizadas en los municipios donde la cuota en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales tras la operación supera el 30% (con adición superior a 5 puntos) o, con independencia de la adición de cuota, alcanza 100% se reflejan a continuación:

**TABLA 2. Cuotas estimadas en las zonas de influencia de los activos objeto de adquisición localizados en municipios donde la cuota conjunta tras la operación supera el 30% con una adición de 5 puntos porcentuales así como en aquellas en las que la cuota total alcanza 100%**

| ZONAS DE INFLUENCIA                          | CUOTAS<br>CARREFOUR | CUOTAS<br>KLEPIERRE | CUOTAS<br>CONJUNTAS |
|----------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Lucena                                       | [50-60]             | [0-10]              | [60-70]             |
| <b>La Línea de la Concepción/Los Barrios</b> | <b>[40-50]</b>      | <b>[0-10]</b>       | <b>[50-60]</b>      |
| S. Juan de Aznalfarache/Dos Hermanas         | [20-30]             | [0-10]              | [20-30]             |
| <b>Santander/Torrelavega</b>                 | <b>[20-30]</b>      | <b>[20-30]</b>      | <b>[40-50]</b>      |
| Valladolid                                   | [10-20]             | [0-10]              | [10-20]             |
| <b>Cabrera de Mar</b>                        | <b>[30-40]</b>      | <b>[0-10]</b>       | <b>[30-40]</b>      |
| <b>Lérida</b>                                | <b>[90-100]</b>     | <b>[0-10]</b>       | <b>[90-100]</b>     |
| <b>Reus/Tarragona</b>                        | <b>[40-50]</b>      | <b>[0-10]</b>       | <b>[50-60]</b>      |
| Alfajar/Paterna                              | [10-20]             | [0-10]              | [10-20]             |
| Alzira                                       | [20-30]             | [0-10]              | [20-30]             |
| Villarreal                                   | [20-30]             | [0-10]              | [30-40]             |
| Elche                                        | [20-30]             | [0-10]              | [20-30]             |
| <b>Petrer</b>                                | <b>[20-30]</b>      | <b>[0-10]</b>       | <b>[30-40]</b>      |
| <b>Plasencia</b>                             | <b>[90-100]</b>     | <b>[0-10]</b>       | <b>[90-100]</b>     |
| Móstoles                                     | [0-10]              | [0-10]              | [0-10]              |
| Sestao                                       | [0-10]              | [0-10]              | [0-10]              |

Fuente: Estimación de la notificante

(120) Esta Dirección considera que procede realizar el análisis competitivo únicamente en las zonas de influencia donde la cuota conjunta estimada tras la operación en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales supera el 30% con una adición de más de 5 puntos porcentuales, así como en aquellas en las que la cuota total alcanza el 100%, con independencia de la adición, las cuales serían (marcadas en negrita en la tabla 2): La Línea de la Concepción/Los Barrios, Santander/Torrelavega, Cabrera de Mar, Lérida, Reus /Tarragona, Petrer y Plasencia.

i. La Línea de la Concepción/Los Barrios

- (121) El área de influencia de los activos objeto de adquisición en La Línea de la Concepción y Los Barrios estaría integrada, como se ha explicado anteriormente, por los centros comerciales de los municipios de La Línea de la Concepción, Los Barrios y Algeciras.
- (122) En La Línea de la Concepción existe un centro comercial conocido como Gran Sur, con una superficie de uso comercial de [...] m<sup>2</sup>, de los cuales [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo adquirido y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que únicamente [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros utilizando el resto para la explotación de su hipermercado).
- (123) En Los Barrios se encuentra el centro comercial CARREFOUR Los Barrios ([...] m<sup>2</sup>) mientras que en el municipio de Algeciras están los centros comerciales de Puerta Europa ([...] m<sup>2</sup> de SBA), propiedad de San José Inmobiliaria; Las Palomas ([...] m<sup>2</sup>), propiedad de Equipamiento Familiar y de Servicios; y Plaza Andalucía ([...] m<sup>2</sup>), propiedad de Alius Plaza de Andalucía.
- (124) De esta forma, la cuota resultante en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales en

el área de influencia de La Línea de la Concepción/Los Barrios es [50-60%], con una adición de [0-10] puntos porcentuales, siendo las cuotas de los competidores del [20-30%] en el caso de Puerta Europa, del [10-20%] para Equipamiento Familiar y de Servicios y del [0-10%] Alius Plaza de Andalucía.

- (125) En cuanto a la demanda, los arrendatarios actuales de los activos de KLEPIERRE en el municipio de la Línea de la Concepción son cadenas minoristas. Concretamente, figuran las enseñas de [...]. Por su parte, en Los Barrios se encuentran enseñas como [...].

i. Santander/Torrelavega

- (126) El área de influencia de los activos objeto de adquisición en Santander y Torrelavega, de acuerdo con el notificante, estaría conformada por los centros comerciales de los municipios de Santander, Torrelavega y Camargo.
- (127) Como se ha descrito anteriormente, la operación supone para CARREFOUR la adquisición de dos activos de KLEPIERRE en Santander. El primero, El Alisal, forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> son propiedad de CARREFOUR, estando íntegramente disponibles a terceros. El segundo, Peñacastillo, forma parte de un centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a KLEPIERRE y [...] m<sup>2</sup> son propiedad de CARREFOUR, que los utiliza íntegramente para la explotación de su hipermercado. Existe un tercer centro comercial en la ciudad de Santander, Q.O. Center, propiedad de Meteore, que cuenta con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>.
- (128) En Torrelavega se encuentran los centros comerciales de CARREFOUR Torrelavega ([...] m<sup>2</sup>) y Bulevar Comercial Altamira ([...] m<sup>2</sup>), propiedad de la Comunidad de Propietarios correspondiente.
- (129) En Camargo, por su parte, opera un único centro comercial, Valle Real, con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, propiedad de Sonae y CBRE.
- (130) De esta forma, la cuota resultante en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales en el área de influencia de los activos localizados en Santander/Torrelavega será [40-50%], de la que [20-30] puntos porcentuales corresponden a los activos adquiridos, siendo sus principales competidores Sonae Sierra y CBRE ([30-40%]), Meteore ([0-10%]), y Comunidad de Propietarios Bulevar Comercial Altamira ([0-10%]).
- (131) Respecto a la demanda, los arrendatarios actuales de los activos adquiridos por CARREFOUR son cadenas minoristas, bien con su enseña correspondiente, bien franquiciados. En base a datos de cierre de 2012, los cinco primeros arrendatarios de los activos por rentas de alquiler generadas en los dos centros comerciales de Santander son [...]. Respecto a Torrelavega, tenemos a [...].
- (132) En base a la superficie y tipología de los locales arrendados en los centros comerciales de El Alisal y Peñacastillo, el notificante considera que éstos son similares a los de locales situados a pie de calle en núcleos urbanos.

- (133) De acuerdo con la información aportada, existe un plan de expansión para el mayor centro comercial del área de influencia de Santander, Valle Real, que incrementará su SBA en [...] m<sup>2</sup>. Según el notificante, dicha expansión reduciría la cuota de mercado de CARREFOUR hasta el [30-40%].

ii. Cabrera de Mar

- (134) Como se ha descrito anteriormente, la operación supone para CARREFOUR la gestión de una superficie de uso comercial de [...] m<sup>2</sup>, de los cuales [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que únicamente [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros utilizando los restantes para la explotación de su hipermercado).
- (135) El área de influencia de la galería comercial objeto de adquisición en Cabrera de Mar, incluiría, de acuerdo con el notificante, el centro comercial del municipio de Mataró, Mataró Parc, propiedad de General Galerías Comercial, S.A., con una superficie de uso comercial de [...] m<sup>2</sup>.
- (136) Así, la cuota resultante en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales en el área de influencia de Cabrera de Mar sería [30-40%], con una adición de [0-10] puntos porcentuales, siendo el único competidor Mataró Parc, con un [60-70%].
- (137) Respecto a la demanda, los inquilinos actuales de los activos adquiridos son cadenas minoristas. De conformidad con datos de cierre de 2012, los cuatro principales arrendatarios por rentas de alquiler generadas en el centro comercial de Cabrera de Mar son [...] <sup>24</sup>.
- (138) En base a la superficie y tipología de los locales arrendados en los dos centros comerciales de CARREFOUR en el área de influencia de Cabrera de Mar, el notificante considera que éstos son similares a los de locales situados a pie de calle en los núcleos urbanos. También existe presencia fuera de los centros comerciales de operadores que arriendan superficie en el centro comercial de Cabrera de Mar disponiendo de establecimientos también a pie de calle en el municipio de Mataró.
- (139) De acuerdo con la notificante, a pesar de las medidas regulatorias existentes<sup>25</sup>, se ha incrementado la SBA a nivel municipal y autonómico. En el año 2012 tuvo lugar la apertura del centro Brico Dépôt en el municipio de Cabrera de Mar<sup>26</sup>, y se ampliaron las instalaciones del centro comercial Les Glòries de Barcelona.

iii. Lérida

- (140) Como se ha explicado anteriormente, en Lérida existe un único centro comercial con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a CARREFOUR ([...] m<sup>2</sup> están disponibles a terceros y la superficie restante

---

<sup>24</sup> Otros inquilinos son [...].

<sup>25</sup> Decreto-Ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales.

<sup>26</sup> Brico Dépôt tiene una SBA total de [...] m<sup>2</sup>.

la utiliza para la explotación de su hipermercado) y los [...] m<sup>2</sup> restantes corresponden al activo adquirido de KLEPIERRE.

- (141) En la ciudad de Lérida la cuota resultante de la operación será [90-100%], produciéndose una adición de cuota de [0-10] puntos porcentuales. En el área de influencia de Lérida la cuota no varía ya que no existe ningún otro centro comercial.
- (142) Respecto a la demanda, los arrendatarios actuales de los activos de KLEPIERRE son cadenas minoristas (franquiciadas o con su enseña correspondiente). Concretamente, entre los arrendatarios ubicados en los activos adquiridos figuran [...].
- (143) En base a la tipología y superficie de los locales ubicados en el centro comercial, el notificante considera que éstos son equivalentes a los de locales situados a pie de calle. Existe presencia fuera de los centros comerciales de operadores que arriendan superficie en el centro comercial de Lérida.
- (144) De acuerdo con la notificante, a pesar de las medidas regulatorias existentes<sup>27</sup>, se ha incrementado la SBA a nivel autonómico. Existe un proyecto de Metrovacesa mencionado anteriormente para Cedanyola y Reus.

#### iv. Reus/Tarragona

- (145) El área de influencia de las galerías comerciales objeto de adquisición en Reus y Tarragona estaría incluiría, de acuerdo con el notificante, por ambos municipios. En Reus, CARREFOUR gestionará una superficie comercial total de [...] m<sup>2</sup>, de los cuales [...] m<sup>2</sup> corresponden a KLEPIERRE y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR, que los utiliza íntegramente para autoconsumo. Su principal competidor en el municipio es el centro comercial El Pallol, con una SBA total de [...] m<sup>2</sup> y una cuota del [30-40%], propiedad de Núñez y Navarro.
- (146) En Tarragona se encuentran los centros comerciales de CARREFOUR Tarragona ([...] m<sup>2</sup>) y Parc Central ([...] m<sup>2</sup>), propiedad de Iberian Shopping Centres Holding, S.A.U. y Padiel XXI.
- (147) De esta forma, la cuota resultante en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales en el área de influencia de Reus/Tarragona es [50-60%], con una adición de [0-10] puntos porcentuales, siendo sus principales competidores Iberian Shopping Centres Holding S.A.U. ([20-30%]), Padiel XXI ([10-20%]) y Núñez y Navarro ([10-20%]).
- (148) Respecto a la demanda, los inquilinos actuales de los activos adquiridos por CARREFOUR son cadenas de minoristas. En particular, en el centro comercial de Reus se encuentran las enseñas de [...]. En Tarragona destacan enseñas como [...].

---

<sup>27</sup> Decreto-Ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales.

- (149) De acuerdo con la notificante, a pesar de las medidas regulatorias existentes<sup>28</sup>, existe un proyecto en desarrollo de Metrovacesa para incrementar la SBA en el municipio de Reus.

v. Petrer

- (150) Como se ha descrito anteriormente, a través de esta operación CARREFOUR adquiere una superficie de uso comercial de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden a KLEPIERRE y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (de los que [...] m<sup>2</sup> están disponibles para terceros y la superficie restante CARREFOUR la destina a la explotación de su hipermercado). Su único competidor en Petrer es el centro comercial Bassa El Moro ([50-60%]), con una SBA de [...] m<sup>2</sup> y propiedad de Sogestín.
- (151) El área de influencia de la galería comercial objeto de adquisición de Petrer incluye, de acuerdo con el notificante, el centro comercial ubicado en el municipio de Novelda, Leuda Park, con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, propiedad de Penta Kola Business, S.L.
- (152) Así, la cuota resultante en el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (alquiler) de superficie comercial en centros comerciales para el área de influencia de Petrer se sitúa en el [30-40%], con una adición de [0-10] puntos porcentuales, siendo sus principales competidores Sogestín ([30-40%]) y Penta Kola Business, S.L. ([20-30%]).
- (153) En cuanto a la demanda, los inquilinos actuales de los activos adquiridos de KLEPIERRE son cadenas minoristas. En base a datos de cierre de 2012, los primeros cinco arrendatarios del activo adquirido en Petrer por rentas de alquiler generadas son [...].
- (154) De acuerdo con la notificante, a pesar de las medidas regulatorias existentes<sup>29</sup>, a nivel autonómico existen varios proyectos para incrementar la SBA total. Existe un proyecto para construir un gran centro comercial en el municipio de Rabassa (300.000 m<sup>2</sup>), otro en Alfafar (120.000 m<sup>2</sup>) para verano de 2014, y aún en desarrollo un centro comercial en la población de Paterna (45.000 m<sup>2</sup>).

vi. Plasencia

- (155) En Plasencia existe un único centro comercial con una superficie comercial de [...] m<sup>2</sup>, de los que [...] m<sup>2</sup> corresponden al activo adquirido y [...] m<sup>2</sup> a CARREFOUR (utilizando toda esta superficie para autoconsumo).
- (156) La cuota de mercado tras la operación es del [90-100%], produciéndose un incremento de [0-10] puntos porcentuales. Estas cifras no varían en el área de influencia de Plasencia, puesto que no existe ningún otro centro comercial.

---

<sup>28</sup> Decreto-Ley 1/2009, de 22 de diciembre, de ordenación de los equipamientos comerciales.

<sup>29</sup> La Ley 3/2011 del Comercio de la Comunitat Valenciana de 23 de marzo, modificada por la Ley 9/2011, de Medidas de Comunidad Valenciana, de 26 de diciembre; por la Ley 6/2012, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Actividad Comercial y la Eliminación de Cargas Administrativas, de 24 de octubre; y por la Ley 10/2012, de Medidas de Comunidad Valenciana, de 21 de diciembre.

- (157) Respecto a la demanda, los inquilinos actuales de los activos adquiridos por CARREFOUR son, fundamentalmente, cadenas minoristas (bien sean la enseña correspondiente, bien sean franquiciados). En base a datos de cierre de 2012, los cinco principales arrendatarios de los activos en el centro comercial de Plasencia por rentas de alquiler generadas [...].
- (158) De acuerdo con la notificante, a pesar de las medidas regulatorias existentes<sup>30</sup>, se ha producido la apertura de dos centros comerciales en la provincia de Badajoz: La Heredad en 2011, con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>, y El Faro en 2013, con una SBA total de [...] m<sup>2</sup>.

## **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (159) La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo por parte del GRUPO CARREFOUR, de una cartera de activos inmobiliarios actualmente bajo el control exclusivo del GRUPO KLEPIERRE, entre los que se encuentran 63 galerías comerciales localizadas en 56 municipios españoles.
- (160) La operación tiene efectos sobre la tenencia y gestión (alquiler) de activos inmobiliarios de uso comercial. En los numerosos precedentes sobre el sector, dada la variada tipología de locales objeto de adquisición y de poblaciones en los que se situaban, las autoridades de defensa de la competencia, tanto europeas como española, no han cerrado las definiciones de mercado relevante.
- (161) Con objeto de analizar los efectos de la operación notificada, esta Dirección ha tomado como referencia el mercado de tenencia y gestión por cuenta propia (o alquiler) de superficie comercial en centros comerciales, incluyendo la superficie destinada a autoconsumo, en un ámbito geográfico local. Asimismo, esta Dirección ha partido de la premisa de que la operación sólo podría generar modificaciones en la estructura competitiva de los mercados considerados cuando las cuotas conjuntas alcanzadas como resultado de la operación sea superiores al 30%, con adiciones superiores a 5 puntos porcentuales, o las cuotas conjuntas alcancen el 100%, con independencia de cuál sea la adición.
- (162) En consecuencia, cabe señalar que las conclusiones alcanzadas en el presente informe se mantendrían si se tomaran como referencia para el análisis de mercados más amplios.
- (163) Bajo estas condiciones, los posibles efectos negativos sobre la competencia derivados de la operación quedarían limitados a los activos objeto de adquisición localizados en 7 zonas de influencia: La Línea de la Concepción/Los Barrios, Santander/Torrelavega, Cabrera del Mar, Lérida, Reus/Tarragona, Petrer y Plasencia.

---

<sup>30</sup> Ley 3/2002, de 9 de mayo, de Comercio de Extremadura, modificada por la Ley 7/2010, de 19 de julio, para su adaptación a la Ley 17/2009, de 23 de noviembre, que deroga el Decreto 202/2003, de 16 de septiembre, por el que se establece el procedimiento para la solicitud de la licencia comercial específica, y deroga la Ley 7/2006, de 9 de noviembre, por la que se extiende el régimen de la licencia comercial específica a la implantación de establecimientos comerciales de descuento duro.

(164) En estas 7 áreas se ha procedido a un análisis de la situación competitiva para cada caso concreto teniendo en cuenta las presiones competitivas a las que se enfrentará CARREFOUR, como la fuerza de los competidores propietarios de superficie en centros comerciales, el poder de la demanda, la competencia de los locales a pie de calle, los potenciales entrantes, las barreras regulatorias y la presión que podría ejercer la superficie destinada actualmente a autoconsumo si se ofreciera para alquiler. Los resultados obtenidos se resumen a continuación:

- en el área de influencia de los activos de La Línea de la Concepción/Los Barrios, la cuota resultante tras la operación es del [50-60%], No obstante, no cabe esperar problemas de competencia puesto que la adición de cuota se limita a [0-10] puntos porcentuales, y existen varios competidores, uno de ellos con una cuota cercana al [20-30%]. Asimismo, considerando la superficie comercial disponible alternativa a la existente en las galerías comerciales objeto de la operación y que compite con ésta, la cuota conjunta resultante es del [0-10%] respecto del total de SBA disponible en la zona de influencia.
- En el área de influencia de los activos adquiridos en Santander/Torrelavega, la cuota resultante es del [40-50%], correspondiendo un [20-30%] a CARREFOUR y un [20-30%] a los activos adquiridos. Si bien la adición de cuota es relevante, no obstante, puede considerarse que no se planteen problemas para la competencia puesto que existen varios competidores, uno de ellos con una cuota de mercado similar a la de CARREFOUR y próxima al [30-40%]. Por otra parte, los locales ubicados en centros comerciales compiten con locales comerciales a pie de calle, y existe un plan de expansión para el mayor centro comercial ubicado en esta zona de influencia, propiedad del principal competidor de CARREFOUR en la zona.
- Respecto al área de influencia del activo localizado en Cabrera de Mar, la cuota de CARREFOUR alcanzará el [30-40%], correspondiendo sólo [0-10] puntos a KLEPIERRE. Tampoco plantearía problemas de competencia puesto que, a pesar de existir un único competidor, éste tiene una cuota de mercado que sobrepasa el [50-60%]. Además las medidas regulatorias no parecen ser una barrera de entrada significativa puesto que recientemente se ha inaugurado un centro comercial.
- En el área de influencia de los activos adquiridos en Reus/Tarragona la cuota conjunta es del [50-60%]. La adición de cuota es de sólo [0-10] puntos porcentuales, y existen varios competidores relevantes, así como un proyecto en desarrollo para incrementar la SBA comercial total en ese municipio, por lo que se considera que la operación no obstaculizará la competencia efectiva.
- En el área de influencia del activo de Lérida la cuota conjunta es del [90-100%], pero la operación no modificará de forma sustancial las condiciones de competencia puesto que la adición de cuota es de sólo [0-10] puntos porcentuales. Por otra parte, los recientes planes relativos a la apertura de centros comerciales a nivel autonómico indicarían que las medidas regulatorias existentes no constituyen una barrera de entrada para nuevos competidores. Además, si se considera la superficie comercial disponible

alternativa a la existente en las galerías comerciales objeto de la operación y que compite con ésta, la cuota conjunta resultante es del [0-10%] respecto del total de SBA disponible en la zona de influencia.

- En cuanto al área de influencia del activo adquirido en Petrer, la cuota conjunta es del [30-40%], correspondiendo a CARREFOUR un [20-30%] y a KLEPIERRE un [0-10%]. Tampoco se obstaculizaría la competencia efectiva puesto que existen varios competidores, uno de los cuales tiene una cuota de mercado próxima al [30-40%]. Asimismo, a pesar de las medidas regulatorias existentes, existen varios proyectos para incrementar la SBA total en la Comunidad Valenciana.
  - Finalmente, en el área de influencia del activo de Plasencia la cuota resultante es del [90-100%], pero sólo [0-10] puntos se corresponden con el activo adquirido. La reciente apertura de dos centros comerciales en la provincia de Badajoz podría señalar que las medidas regulatorias existentes no constituyen una barrera de entrada para competidores potenciales. Además, considerando la superficie comercial disponible alternativa a la existente en las galerías comerciales objeto de la operación y que compite con ésta, la cuota conjunta resultante es del [0-10%] respecto del total de SBA disponible en la zona de influencia.
- (165) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en los mercados analizados ni, menos aún, en otros escenarios de mercado de producto y geográfico más amplios, por lo que es susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.

## **VIII. PROPUESTA**

- (166) 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.