

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1500/24 REFRESCO/FRIAS

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 14 de octubre de 2024 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de Refresco Iberia, S.A.U., una empresa indirectamente controlada por Refresco Holding, B.V. (junto con sus filiales, en adelante, REFRESCO) del control exclusivo de Thermin Europe, S.L y sus filiales Frías Nutrición, S.A.U. y Neutral Foods, S.L.U. (conjuntamente, en adelante, FRIAS).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en el artículo 8.1.b) 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 (RDC).

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

- (3) La operación ha sido formalizada mediante la firma, con fecha de 19 de julio de 2024, de un Acuerdo de Compraventa.
- (4) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1.b) de la LDC.
- (5) De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria por no alcanzar los umbrales del artículo 1 del Reglamento (CE) nº139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (6) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.b) de la misma.

3. EMPRESAS PARTICÍPES

3.1. LA NOTIFICANTE: REFRESCO.

- (7) Refresco Iberia, S.A.U. está controlada por la empresa holandesa Refresco Holding, B.V.¹, y está dedicada a la fabricación y embotellado de bebidas sin

¹ REFRESCO está controlada conjuntamente por Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., (en adelante, KKR), PAI Partners S.à.r.l (en adelante, PAI Partners) y British Columbia Investment Management Corporation (en adelante, BCI). No obstante, según lo establecido en los párrafos 145 y siguientes de la Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) no 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, no se considera a las matrices de la notificante partes de la operación. En este sentido PAI Partners controla dos empresas, activas en los mercados afectados, sin embargo, su cuota no se ha considerado en la cuota conjunta de las partes por la razón anteriormente señalada.

alcohol y alcohólicas destinadas a distribuidores minoristas y propietarios de marcas propias (MDF).

- (8) Refresco Iberia, S.A.U. produce bebidas no alcohólicas, principalmente, horchata², y, secundariamente, bebidas vegetales y las embotella para el canal alimentación o para propietarios de marcas propias (MDF) bajo contratos de cofabricación.
- (9) REFRESCO no tiene participaciones minoritarias, directas o indirectas en terceras sociedades activas en los mercados afectados o verticalmente relacionados con los mismos en España.³
- (10) Ninguno de los miembros del Consejo de Administración de las empresas de REFRESCO, es miembro del Consejo de Administración u ocupa un cargo directivo en ninguna otra tercera empresa ajena al grupo, activa en los mercados afectados o verticalmente relacionados con los mismos.
- (11) Según la notificante, su volumen de negocios en el año 2023 conforme el artículo 5 del RDC fue:

| VOLUMEN DE NEGOCIOS DE REFRESCO en 2023 (millones de euros) | | |
|---|------|--------|
| MUNDIAL | UE | ESPAÑA |
| >5.000 | >250 | >60 |

Fuente: la notificante.

3.2. LA TARGET: FRIAS

- (12) FRIAS es una empresa española dedicada a la producción, embotellado y comercialización de bebidas vegetales, caldos y cremas y productos vegetales alternativos a los productos de origen animal, que son mayoritariamente comercializadas bajo marcas MDD.
- (13) Según la notificante, su volumen de negocios en el año 2023 conforme el artículo 5 del RDC fue:

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

Fuente: la notificante.

² La producción de horchata representó aproximadamente el [CONFIDENCIAL]% del volumen total de bebidas vegetales producidas por REFRESCO en 2023.

³ PAI Partners tiene participaciones en Ecotone y en Uvesco. PAI Partners controla Ecotone, una empresa francesa que se dedica a la venta de productos vegetales y orgánicos, incluidas bebidas vegetales, tofu, caldos y sopas. PAI Partners tiene una participación minoritaria en Uvesco, una empresa española dedicada a la distribución de alimentos que gestiona supermercados en propiedad y en franquicia situados en el norte y centro de España con cuotas de mercado <[0-5]% en España y <[10-20]% en algunas regiones. Por las razones esgrimidas en el pie de página 4, ni PAI Partners ni sus participaciones se consideran parte de la presente operación. En cualquier caso, dada la presencia residual de las mismas en los mercados afectados, su consideración no alterara la valoración de la presente operación.

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. Mercados de producto

- (14) La operación propuesta afecta al sector “*Otro procesado y conservación de frutas y hortalizas*” con código CNAE C.10.39, al sector “*Elaboración de otros productos alimenticios n.c.o.p.*” con código CNAE C. 10.89 y al sector de “*Fabricación de bebidas*” con código CNAE C.11.0.

Mercado de elaboración y embotellado bebidas especiales y bebidas vegetales

- (15) La CNMC ha distinguido⁴ dentro del mercado de elaboración y embotellado de bebidas no alcohólicas entre (i) las bebidas refrescantes carbonatadas y (ii) las bebidas refrescantes no carbonatadas. Dentro de las bebidas no carbonatadas, se identifican los mercados de (i) zumos y néctares; (ii) bebidas lácteas o a base de leche; (iii) téis listos para beber; (iv) bebidas energéticas y (v) bebidas no carbonatadas con sabor a fruta (con un pequeño porcentaje de contenido de zumo de frutas).
- (16) Por otro lado, la CNMC ha señalado⁵ que dentro del mercado de leche y bebidas lácteas “*debido a la mejora tecnológica y de inversiones en I+D+i de las empresas del sector, han ido apareciendo diferentes “leches de calidad o especiales”, que agrupan las leches para la salud (enriquecidas en calcio, sin lactosa, etc.) y leches vegetales*”.
- (17) En este sentido, la Comisión europea realizó un test de mercado⁶ para evaluar si los productos de postres y yogures lácteos y vegetales pertenecen a un mismo mercado, si bien, no obtuvo resultados concluyentes⁷, dejando la definición de mercado abierta.
- (18) Por último, cabe señalar, que los citados precedentes, han considerado que sería necesario una segmentación ulterior del mercado según el canal de distribución en HORECA y canal de alimentación, y dentro de este, el canal de distribución mayorista MDF/ MDD y canal minorista.
- (19) REFRESCO produce bebidas vegetales que son elaboradas bajo contratos de cofabricación y comercializadas bajo la MDF de otros fabricantes⁸. No elabora bebidas bajo MDD ni embotella bebidas bajo su propia MDD. FRÍAS está presente en canal alimentación bajo MDD y en canal HORECA. También tiene actividad bajo su propia marca bajo contratos de cofabricación.

⁴ CNMC N-04036 *Jwchilids /Sundor /Euro-juice*

⁵ C-0953/18 Covap/Planta industrial Meira

⁶ M.8150 - DANONE / THE WHITEWAVE FOODS COMPANY (párrafo 18- 27)

⁷ Según el citado test de mercado, para los productos de yogures lácteos y vegetales, se pueden considerar en general sustituibles desde el punto de vista de la demanda, pero no desde la oferta.

⁸ Refresco [CONFIDENCIAL]

Mercado de producción y distribución de alternativas vegetales a los productos de origen animal

- (20) La parte notificante, ha identificado una decisión de la Comisión chipriota⁹ para la Protección de la Competencia donde se identifica la existencia de un mercado nacional para la distribución de sustitutos de la carne y alternativas a la carne, incluyendo no solo el tofu y el tempeh, sino también otros sustitutos de la carne y alternativas a la carne, como hamburguesas, salchichas, albóndigas y schnitzel vegetales.
- (21) Esta Dirección de Competencia no ha identificado posteriores precedentes que indiquen una delimitación contraria de este mercado.
- (22) Además, las partes consideran que por analogía a otros expedientes de la CNMC en el sector de la alimentación podría ser adecuado una segmentación ulterior del mercado según el canal de distribución en HORECA y canal de alimentación, y dentro de este, el canal de distribución mayorista MDF, MDD y canal minorista.
- (23) Únicamente FRIAS está activa en este mercado.

Mercado de producción y distribución de caldos

- (24) Los precedentes europeos¹⁰ y nacionales¹¹ han analizado el mercado de los caldos, habiendo considerado que constituye un mercado diferenciado que engloba *“caldos y condimentos previamente deshidratados que se presentan en formato de pastillas, polvos o granulados y se utilizan principalmente como sazonadores y saborizantes en la elaboración de comidas”*.
- (25) Únicamente FRIAS está activa en dicho mercado.

Mercado de producción y distribución de sopas y cremas

- (26) Las sopas y cremas forman parte del mercado amplio de platos preparados, que puede dividirse entre i) alimentos congelados, ii) alimentos refrigerados y iii) alimentos frescos. Los precedentes europeos¹² y nacionales¹³ han señalado que el mercado de las sopas puede subdividirse en tres mercados de producto separados, en concreto; i) sopas líquidas a temperatura ambiente, ii) sopas deshidratadas y iii) sopas instantáneas. Dicha segmentación se basa en sus distintas características, precio y uso del consumidor.
- (27) Por último, la propia CNMC, considera adecuada una segmentación ulterior del mercado según el canal de distribución en HORECA y canal de alimentación, y dentro de éste, el canal de distribución mayorista MDF/MDD y canal minorista.

⁹ Decisión 37/2021 de 10 de junio de 2021 Plantera Holdings B.V./Vivera Topholding B.V.

¹⁰ M.1990 Unilever/Bestfoods

¹¹ N-06131 Findim/Agrolimen/Pasa

¹² M.1990 Unilever/Bestfoods

¹³ C-0637/15 FINDUS/Activos NESTLÉ

- (28) Únicamente FRIAS produce y comercializa sopas y cremas.

4.2. Mercados geográficos

- (29) Los precedentes nacionales¹⁴ han definido como nacional el ámbito geográfico del i) mercado de elaboración y embotellado de bebidas especiales y vegetales, ii) el mercado de la producción y distribución de alternativas vegetales a los productos de origen animal, iii) el mercado de la producción y distribución de caldos y iv) el mercado de producción y distribución de sopas y cremas como nacional, atendiendo a los altos costes de transporte, a los acuerdos de distribución a nivel nacional, a las diferencias de precios entre países, así como a las preferencias de los consumidores.

5. ANÁLISIS DE MERCADO

5.1. Estructura de la oferta

- (30) El mercado de las bebidas vegetales constituye un mercado en crecimiento y dinámico donde existen numerosos e importantes¹⁵ operadores en España, como, entre otros, Iparlat, Liquats Vegetals, Vivesoy (Pascual), Alpro (Danone) y White & Green Natural (AMC).
- (31) Al igual que sucede en otros mercados de productos alimentarios, a nivel minorista, los productos comercializados bajo MDD han ido ganando cuota de mercado en detrimento de las MDF.
- (32) Los precios de las bebidas vegetales de las Partes se determinan en función de los costes de producción (compuesto, fundamentalmente, por el coste de las materias primas y el coste laboral), la dinámica actual del mercado (oferta y demanda), y otros mercados. Dada la naturaleza estandarizada de los productos, no hay una diferencia significativa entre los productos de los competidores.
- (33) El principal insumo en este mercado es la materia prima vegetal posteriormente procesada para la elaboración de bebidas vegetales. Las opciones de abastecimiento son múltiples y variadas, por lo que los fabricantes tienen acceso a una gran variedad de opciones a la hora de escoger proveedores. Dadas las características del mercado agrícola y de la existencia de un mercado interior en la UE, la oferta no se ciñe a las fronteras nacionales. Fabricantes como Frías a menudo recurren a proveedores situados en otros Estados Miembros y, en algunos casos, en terceros países.

¹⁴ N-04036 JWCHILDS / SUNDOR / EURO-JUICE

¹⁵ En dicho sector predominan los especialistas en productos vegetales y los fabricantes de productos lácteos. Iparlat, Liquats Vegetals, White & Green Natural son especialistas en la elaboración de productos vegetales. Otros competidores son productores de lácteos tradicionales que han entrado en la categoría de productos vegetales como Alpro (Danone) y ViveSoy (Pascual) y otros.

- (34) Se estima que la capacidad de producción actual en España es de 940¹⁶ millones de litros aproximadamente. De esta capacidad teórica, la utilización dedicada al canal de alimentación está entre el 40%-45%, existiendo margen suficiente para aumentar la producción.
- (35) No existen barreras significativas de entrada a estos mercados. Las principales materias primas necesarias para la producción de productos vegetales se pueden obtener fácilmente de múltiples fuentes, y el acceso a ellas no supone una barrera, como tampoco lo supone el acceso a los distribuidores. Aunque se requieren procesos regulatorios y administrativos para obtener las licencias y garantías pertinentes, dichos procesos son estandarizados y no suponen un obstáculo significativo para los posibles entrantes en el mercado.
- (36) A continuación, se estudian las cuotas de mercado en España en el mercado de elaboración y embotellado de bebidas especiales y bebidas vegetales, canal alimentación con MDF, único mercado, donde la actividad de las partes se solapa:

Tabla 1. Mercado de elaboración y embotellado bebidas especiales y bebidas vegetales sector alimentación, segmento MDF.

| Operador | 2022 | | | | 2023 | | | |
|------------------|---------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------------|---------------|-----------------|---------------|
| | Volumen (mill ltrs) | (%) | Valor (mill, €) | (%) | Volumen (mill ltrs) | (%) | Valor (mill, €) | (%) |
| FRIAS | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% |
| REFRESCO | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% |
| COMBINADA | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% |
| Ecotone | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% | [CONF] | [0-5]% |
| Liquats vegetals | [CONF] | [30-40]% | N/A | N/A | [CONF] | [30-40]% | N/A | N/A |
| Alpro | [CONF] | [20-30]% | N/A | N/A | [CONF] | [20-30]% | N/A | N/A |
| Pascual | [CONF] | [10-20]% | N/A | N/A | [CONF] | [10-20]% | N/A | N/A |
| Iparlat | [CONF] | [0-5]% | N/A | N/A | [CONF] | [0-5]% | N/A | N/A |
| Blue Diamond | [CONF] | [0-5]% | N/A | N/A | [CONF] | [0-5]% | N/A | N/A |
| Oatly | [CONF] | [0-5]% | N/A | N/A | [CONF] | [0-5]% | N/A | N/A |
| Otros | [CONF] | [10-20]% | N/A | N/A | [CONF] | [10-20]% | N/A | N/A |
| Total | [CONF] | 100% | [CONF] | 100% | [CONF] | 100% | [CONF] | 100% |

Fuente: Las notificantes. Las cuotas de mercado suministradas se basan en (i) información interna sobre las ventas de las Partes y (ii) tamaño de mercado y cifras de los competidores obtenidas de informes de Nielsen.

¹⁶ En 2021, la capacidad de producción estimada fue de 700 millones de litros; de 880 millones de litros en 2022 y de 940 millones de litros en 2023, y se espera que alcance los 1000 millones de litros a finales de 2024. Según la notificante, FRIAS tendría para finales de 2024 cerca de [CONFIDENCIAL] millones de litros de capacidad.

5.2. Estructura de la demanda

- (37) Según las partes¹⁷, el mercado de elaboración y embotellado bebidas especiales y bebidas vegetales es un mercado que ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos años, debido en parte a la evolución de las preferencias de los consumidores, que toman en consideración cuestiones ambientales, de salud y de bienestar animal, así como por la constante disminución de la diferencia de precios entre las bebidas vegetales y los productos lácteos tradicionales.
- (38) La demanda del canal alimentación en España está altamente concentrada en las grandes cadenas de alimentación, razón por la cual estas cuentan con gran poder de negociación. Según las partes, no es común encontrar contratos de exclusividad en la provisión.

6. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (39) La operación consiste en la adquisición de **control exclusivo** sobre FRIAS por parte de REFRESCO.
- (40) Los mercados afectados son: i) el mercado de elaboración y embotellado de bebidas especiales y bebidas vegetales ii) el mercado de producción y distribución de alternativas vegetales a los productos de origen animal, en iii) el mercado de producción y distribución de caldos, y en iii) el mercado de producción y distribución de sopas y cremas.
- (41) En todos los casos el mercado geográfico es nacional. Además, todos los mercados afectados, han sido segmentados en precedentes según el canal de comercialización, entre canal (i) HORECA y (ii) el canal alimentación, y dentro de este último, entre el mercado minorista, (que incluye tanto los productos bajo marca de fabricante (MDF) como los productos bajo marca de distribuidor (MDD)), y el mercado mayorista.
- (42) La operación da lugar a solapamientos horizontales en el mercado de elaboración y embotellado bebidas especiales y bebidas vegetales, en el canal alimentación mayorista segmento MDF, donde REFRESCO adquirirá una cuota del [0-5]% en volumen y [0-5]% en valor de FRIAS, a la que se sumará su cuota actual de [0-5]% en volumen y [0-5]% en valor de REFRESCO, por lo que REFRESCO tendrá una cuota de un [0-5]% **en volumen y [0-5]% en valor** respectivamente, en dicho segmento de mercado.
- (43) En el mercado las producción y distribución **de alternativas vegetales a los productos de origen animal** REFRESCO ostentará una cuota del [0-10]% en valor y [10-20]% en volumen en el segmento de la alimentación mayorista de MDD y por debajo del [0-5]% para productos comercializados bajo MDF. En el **mercado de producción y distribución de caldos**, REFRESCO adquirirá una

¹⁷ Con base en GFI Europe, *Spain plant-based food retail market insights 2020-2022*.

cuota del [0-5]% en volumen y [0-5]% en valor en el segmento de la alimentación mayorista de MDF y [10-20]% en volumen y [5-10]% en valor en el segmento MDD.

- (44) Finalmente, en el **mercado de producción y distribución de sopas y cremas**, REFRESCO adquirirá una cuota del [0-10]% en volumen y [0-5]% en valor en el sector alimentación, en el segmento mayorista de MDD, y de un [0-5]% en volumen y menos del [0-5]% en valor en el segmento mayorista de MDF.
- (45) El mercado de elaboración y embotellado de bebidas especiales y bebidas vegetales, es un mercado en crecimiento, debido a las preferencias ambientales, de salud y bienestar animal de los consumidores. Existe un exceso de capacidad en el mercado, con reducidas barreras de entrada y una facilidad de acceso a los principales insumos productivos.
- (46) En este contexto, no se considera que la operación vaya a dar lugar a riesgos derivados de los solapamientos horizontales en dicho mercado.
- (47) La operación no da lugar a efectos cartera ni a solapamientos de carácter vertical significativos.

7. PROPUESTA

- (48) 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 primera fase sin compromisos, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.
- (49) Teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, no se consideran necesarias ni accesorias a la operación, quedando sujetas a la normativa de acuerdos entre empresas, toda duración de la cláusula de confidencialidad superior a los tres años; en cuanto a la cláusula de no competencia, cualquier limitación a la tenencia de participaciones minoritarias en empresas competidoras, con independencia del porcentaje de que se trate, con fines meramente financieros que no busquen el control o la influencia sobre la misma.