

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1424/23 SMURFIT BULGARIA/ARTEMIS BIB

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 23 de noviembre de 2023 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 de control exclusivo de la unidad de negocio de bag-in-box¹ de la empresa búlgara ARTEMIS OOD (en adelante, ARTEMIS BiB), por parte de SMURFIT KAPPA BULGARIA OOD (en adelante, SMURFIT BULGARIA), la cual se llevará a cabo mediante la adquisición del 100% del capital social de ARTEMIS BiB.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por SMURFIT BULGARIA 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.a) 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).
- (3) Con fechas 24 de noviembre y 5 de diciembre de 2023, en virtud del artículo 55.6 de la LDC, esta Dirección de Competencia solicitó a terceros información necesaria para la adecuada valoración de la concentración de referencia, suspendiendo dichas solicitudes de información el transcurso de plazos máximos para resolver el procedimiento hasta que éstas fueran cumplimentadas.
- (4) Con fechas 24 de noviembre, 13 y 19 de diciembre de 2023, en virtud del artículo 55.5 de la LDC, esta Dirección de Competencia ha solicitado a la notificante información necesaria para la adecuada valoración de la concentración de referencia, suspendiendo dichas solicitudes de información el transcurso de plazos máximos para resolver el procedimiento hasta que fueran cumplimentadas las mismas.
- (5) Con fecha 3 de enero tuvo entrada la última de las contestaciones a las solicitudes de información anteriormente citadas, levantándose la suspensión de los plazos máximos para resolver el procedimiento.
- (6) Con fecha 16 de enero de 2024, en virtud del artículo 55.5 de la LDC, esta Dirección de Competencia ha solicitado a la notificante información estratégica sobre la operación y sobre el mercado de bolsas tipo bag-in-box, necesaria para la adecuada valoración de la presente operación, suspendiendo dicha solicitud de nuevo el transcurso de los plazos máximos para resolver el procedimiento. Actualmente, el plazo se encuentra suspendido.

¹ Correspondiente a la parte de negocio dedicada a i) la fabricación y comercialización de bolsas de plástico para bag-in-box y ii) láminas o films de plástico flexible.

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

- (7) La operación ha sido formalizada mediante un acuerdo de compraventa² firmado el pasado [CONFIDENCIAL], en virtud del cual las partes acordaron las condiciones básicas para el efectivo desarrollo de la operación propuesta³.
- (8) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1.b) de la LDC.
- (9) De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria por no alcanzar los umbrales del artículo 1 del Reglamento (CE) n°139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (10) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.

3. EMPRESAS PARTICIPES

3.1. LA NOTIFICANTE: SMURFIT KAPPA BULGARIA OOD

- (11) SMURFIT BULGARIA es filial del grupo multinacional irlandés SMURFIT KAPPA, uno de los principales fabricantes mundiales de embalajes de papel y cartón, con presencia también en el sector de los envases y embalajes de plástico. En este último sentido, fabrica y comercializa bolsas tipo bag-in-box de consumo (capacidad de hasta 25 litros) e industriales (con capacidad superior a 200 litros) a granel para líquidos y semilíquidos⁴.
- (12) El grupo SMURFIT KAPPA tiene más de 350 centros de producción en todo el mundo. En España, opera a través de un grupo de 27 filiales, incluyendo dos centros dedicados a la producción de embalajes y bolsas para bag-in-box.
- (13) SMURFIT BULGARIA es fabricante de envases y embalajes relacionados con el cartón corrugado, entre ellos cajas tipo bag-in-box, pero no fabrica ni comercializa bolsas ni otros productos derivados del plástico.
- (14) Ninguna de las empresas del grupo SMURFIT KAPPA tiene participaciones minoritarias, directas o indirectas en terceras sociedades activas en los mercados afectados o verticalmente relacionados con los mismos en España.

² Existe un plazo máximo (*long stop date*) [CONFIDENCIAL], que podrá ampliarse al [CONFIDENCIAL] en el supuesto de que una autoridad de competencia, acabado el primer plazo máximo, decida continuar con su análisis de la operación con motivo del procedimiento de control de concentraciones.

³ La operación incluye la compra de las instalaciones donde se encuentran las unidades de negocio adquiridas de ARTEMIS, propiedad hasta la operación de HEL BUL ESTATE OOD.

⁴ Relacionado con el mercado de la fabricación de bag-in-box, el grupo al que pertenece la notificante también suministra máquinas de llenado y envasado, así como accesorios (válvulas, grifos, tapones) que van acoplados a las bolsas de plástico.

- (15) Ninguno de los miembros del Consejo de Administración de las empresas del grupo SMURFIT KAPPA es miembro del Consejo de Administración u ocupa un cargo directivo en ninguna tercera empresa ajena al grupo, activa en los mercados afectados o verticalmente relacionados con los mismos.
- (16) Según la notificante, su volumen de negocios en el año 2022 conforme el artículo 5 del RDC fue:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SMURFIT BULGARIA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
12.815	>5.000	>240

Fuente: la notificante.

3.2. LA TARGET: UNIDAD DE NEGOCIO DE BAG-IN-BOX DE ARTEMIS

- (17) La TARGET forma parte de la empresa ARTEMIS OOD, compañía que se dedica principalmente a la fabricación de productos relacionados con los embalajes para productos líquidos y semilíquidos⁵. La TARGET centra su actividad en la fabricación de i) bolsas para bag-in box y de ii) láminas o films de plástico flexible. ARTEMIS BiB también se encuentra activa en la comercialización de accesorios, como tapones y grifos, que van acoplados a las bolsas.
- (18) Ubicada en Bulgaria, vende bolsas no asépticas tipo bag-in-box cuyo uso final es el envasado de vino⁶ principalmente en el Espacio Económico Europeo (en adelante, EEE) y países vecinos⁷.
- (19) En España vende únicamente las citadas bolsas para bag-in-box, siendo las ventas de films de plástico insignificantes
- (20) Según la notificante, su volumen de negocios en el año 2022 conforme el artículo 5 del RDC fue:

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

Fuente: la notificante.

⁵ ARTEMIS, a través de su unidad de negocio bag-in-box, fabrica y comercializa bolsas de plástico tipo bag-in-box de consumo (i.e. con capacidad inferior a 25 litros). No obstante, ARTEMIS también revende bolsas tipo bag-in-box industriales (i.e. bolsas con capacidad de 1.000 litros) suministradas por un tercero en Bulgaria para un concreto cliente fuera de España, también en Bulgaria.

⁶ El [CONFIDENCIAL; 90-100]% de sus ventas de bolsas tipo bag-in-box en España tienen como uso final el envasado de vino, frente a un [CONFIDENCIAL; 90-100]% de las bolsas vendidas en el EEE.

⁷ [CONFIDENCIAL] son sus tres principales destinos de ventas, concentrando el [CONFIDENCIAL; 60-70]% de las mismas, según datos de 2023. Le sigue España como cuarto destino de ventas, representando un [CONFIDENCIAL; 0-10]% de sus ventas totales.

4. MERCADOS RELEVANTES

4.1. Mercados de producto

- (21) La operación propuesta afecta a los sectores de la fabricación de envases y embalajes de plástico al que corresponde el código CNAE C.22.22.
- (22) ARTEMIS fabrica y comercializa embalajes flexibles (bolsas) tipo bag-in-box de capacidad hasta 25 litros para envasar líquidos y semilíquidos para uso alimentario, donde también está activo el grupo adquirente. El grupo SMURFIT KAPPA produce además bolsas tipo bag-in-box de capacidad superior a 25 litros y envases y embalajes relacionados con el cartón corrugado, entre ellos, las cajas tipo bag-in-box donde se insertan las bolsas tipo bag-in-box.
- (23) Las bolsas tipo bag-in-box se definen como bolsas de plástico flexible dotadas de un gollete para su llenado y vaciado que pueden ir insertas en una caja o recipiente rígido o plegable, y que tienen como finalidad el envasado de líquidos y semilíquidos que pueden ser alimentarios, químicos, cosméticos y/o farmacéuticos.
- (24) La Comisión Europea ha analizado en múltiples precedentes el mercado de los envases flexibles al que pertenecen las bolsas bag-in-box.
- (25) La parte notificante entiende que todos los envases flexibles de consumo para líquidos y semilíquidos a granel sufren una gran presión competitiva de otros envases que no son flexibles, sino semirrígidos (por ejemplo, los tetrabriks o botellas de plástico preformado) o rígidos (por ejemplo, las botellas o envases de vidrio, de plástico rígido o de metal), envases de consumo que también pueden tener como principal uso el envasado de líquidos o semilíquidos a granel.
- (26) Precedentes comunitarios⁸ han determinado que, dentro del mercado de embalajes flexibles, deben distinguirse diferentes segmentos según la categoría del uso final del producto envasado, habiendo considerado que el mercado de embalajes flexibles para aplicaciones alimentarias constituye un mercado separado y diferenciado de los envases flexibles para otras aplicaciones⁹.
- (27) Por otra parte, la Comisión Europea¹⁰ ha considerado que los envases asépticos¹¹ y no asépticos constituyen mercados diferenciados desde la óptica del consumidor, y que el envasado aséptico constituye un mercado de producto separado.

⁸ Caso M.9094 AMCOR/BEMIS de 2019, Caso M.3225 ALCAN/PÉCHINEY de 2003 y Caso M.5599 AMCOR/ALCAN de 2009.

⁹ La investigación de mercado llevada a cabo por la Comisión puso de manifiesto que las exigencias de regulación específicas y las necesarias certificaciones de homologación para la fabricación de envases y embalajes destinados a uso alimentario son un hecho diferencial del mercado. Señalaron asimismo que distintos tipos de envase y embalaje necesitan para su producción en función del uso final, diferente maquinaria, materiales, tecnología y procesos de producción.

¹⁰ Caso M.2416 TETRA LAVAL/SIDEL de 2001 (párrafo 49).

¹¹ Para cumplir con las obligaciones de seguridad alimentaria, el envasado aséptico se somete, tras su producción, a un proceso de radiación gamma que sólo puede realizarse en centros especializados.

- (28) La Comisión Europea no ha analizado específicamente las bolsas tipo bag-in-box y si las mismas constituyen un mercado separado, habiendo dejado en el precedente M.3935 JEFFERSON SMURFIT/KAPPA la definición abierta.
- (29) La autoridad portuguesa¹² ha seguido la línea de la Comisión Europea, habiendo considerado recientemente que los bag-in-box forman parte del mercado amplio de embalajes flexibles de aplicación alimentaria para líquidos y semilíquidos, distinguiendo a su vez estos entre asépticos y no asépticos.
- (30) Por otra parte, la autoridad de competencia italiana ha considerado en dos precedentes¹³ que los embalajes flexibles tipo bag-in-box podrían constituir un mercado separado y diferenciado de otros tipos de embalajes flexibles para alimentos, si bien finalmente la definición del mercado quedó abierta.
- (31) Por su parte, la autoridad británica de competencia definió en un precedente de 2019¹⁴ el mercado de los envases tipo bag-in-box como un mercado separado en sí mismo de otros tipos de envases flexibles y distinguió dentro de este los bag-in-box para productos alimentarios (bebidas, vino, alimentos y productos lácteos), como mercado separado de aquellos para productos no alimentarios.
- (32) Por último, la CNMC concluyó en una consulta previa¹⁵ que era pertinente distinguir el mercado de los envases o embalajes flexibles, en el que se incluyen los bag-in-box, según la capacidad de los envases, entre (i) envases industriales flexibles (más de 200 litros) para líquidos o semilíquidos a granel y (ii) de consumo flexibles (entre 1 y 25 litros) para líquidos y semilíquidos a granel. No obstante, el citado expediente no entró a valorar si los bag-in-box constituirían un mercado separado de otros envases o embalajes flexibles.
- (33) Con objeto de definir correctamente el mercado de producto, la Dirección de Competencia ha llevado a cabo una investigación de mercado concluyendo a partir de la misma que los bag-in-box, en línea con lo apuntado por las autoridades italianas y británicas, constituye un mercado de producto diferenciado del de otros envases o embalajes flexibles de aplicación alimentaria para líquidos y semilíquidos.
- (34) En este sentido, la investigación de mercado ha mostrado una muy limitada sustituibilidad de la demanda entre los bag-in-box y otros embalajes flexibles para líquidos y semilíquidos, señalando prácticamente la totalidad de los clientes la inexistencia o desconocimiento de envases flexibles que puedan sustituir a un bag-in-box en términos de diseño, versatilidad, variedad de tamaños, facilidad de almacenamiento y transporte, ventajas para la conservación del producto y precio. Tan solo un cliente indica que, si bien reemplazar una bolsa tipo bag-in-

¹² Ccent. 49/2007 SMURFIT KAPPA/PLÁSTICOS VICENT.

¹³ C5223 E.I. DU PONT DE NEMOURS/ LIQUIBOX de 2002. C5363 MDCP ACQUISITIONS I/JEFFERSON SMURFIT GROUP de 2002.

¹⁴ Liqui-Box, Inc/DS Smith.

¹⁵ CP/0057/22.

box es complicado por las características anteriormente señaladas, podrían considerarse como alternativa los envases flexibles tipo pouch.

- (35) En la misma línea que el anterior se han manifestado algunos clientes, que han señalado a otros envases no flexibles fabricados en materiales diversos (plástico PET, PE, vidrio, tetrabrik o material metálico) como productos que compiten con el bag-in-box, aunque sin compartir todas sus características y ventajas. Añaden que, no obstante, haría falta un incremento de precio muy significativo (superior al 20%) para plantearse la sustitución del tipo de envase¹⁶, dado que el cambio conlleva un coste económico considerable en términos de maquinaria y equipos y un plazo temporal para su implementación. Incluso, en el caso de cambiar a otro proveedor de bag-in-box, algunos clientes señalan que este no sería inmediato, siendo necesario acometer un proceso de homologación¹⁷ para el nuevo envase.
- (36) Por lo que respecta a la sustituibilidad por el lado de la oferta, la investigación de mercado muestra que la misma también es limitada, habiendo manifestado la mayoría de los competidores que han contestado a los requerimientos de información que la maquinaria y materias primas necesarias para fabricar otro tipo de envases flexibles distintos a los bag-in-box son diferentes, siendo necesario incurrir en inversiones significativas que conllevan largos plazos asociados a la fabricación y entrega de la maquinaria.
- (37) Por todo ello, se considera que el mercado de fabricación y comercialización de bolsas de plástico para bag-in-box constituye un mercado separado de otros envases y embalajes flexibles para líquidos y semilíquidos para aplicaciones alimentarias, pudiéndose éste segmentar posteriormente entre asépticas y no asépticas, en línea con lo manifestado en los precedentes europeos.
- (38) La TARGET está presente también en la fabricación y comercialización de láminas o films de plástico flexible, que se utilizan para la fabricación de bag-in-box. No obstante, la presencia de la TARGET en dicho mercado en España es, según las partes, insignificante, y en todo caso inferior al [CONFIDENCIAL; 0-5]% en términos de cuota.

4.2. Mercados geográficos

- (39) Las partes consideran, citando precedentes comunitarios y de otras autoridades europeas de competencia, que el mercado geográfico relevante para los envases y embalajes flexibles es el del EEE.
- (40) Dicha delimitación geográfica se debe al volumen de importación/exportación entre países, los bajos costes de transporte, la falta de barreras de acceso al mercado, la homogeneización regulatoria existente, la facilidad con la que los

¹⁶ Algunos clientes han manifestado incluso que no contemplan la posibilidad de cambiar el tipo de envase.

¹⁷ Competidores y clientes coinciden en señalar la necesidad de que cualquier envase destinado a uso alimentario necesita cumplir con requisitos normativos de certificación y homologación en función del producto envasado.

clientes pueden adquirir estos productos de fabricantes situados fuera del país en el que están establecidos, la similitud de los precios en todos los Estados miembros del EEE, o la introducción en 2021 de un tipo uniforme al impuesto sobre el plástico producido en la Unión Europea.

- (41) Por el contrario, la Comisión Europea señaló diferencias técnicas y regulatorias para la entrada al mercado desde fuera del EEE, dejando abierta la definición precisa del mercado¹⁸.
- (42) Por su parte, el precedente de la autoridad británica mencionado anteriormente analizó el mercado de los bag-in-box desde una perspectiva nacional. Justifican esta decisión señalando que el precio y las condiciones del contrato en este mercado se negocian de manera directa entre clientes y proveedores, lo que podría hacer que estos fueran diferentes en caso de considerarse un ámbito nacional o en caso de considerarse cualquier otro punto geográfico del EEE. Además, el precedente argumenta que la mayoría de los clientes compran a las empresas establecidas en territorio británico.
- (43) En este sentido, durante la investigación de mercado, más de la mitad de los clientes que han contestado a los requerimientos de información ha manifestado su preferencia hacia uno o varios proveedores de bolsas para bag-in-box que producen en España, justificando este hecho por la cercanía de la producción, la cual les ofrece ventajas en el suministro y en términos de coste, seguridad en el suministro y servicio o atención técnica al cliente. No obstante, la mayoría de los clientes reconoce que estarían dispuestos a cambiar de proveedor en caso de elevación unilateral del precio por parte de los productores en España.
- (44) A la luz de lo anterior, dado que la valoración de la operación no se ve afectada por la definición del mercado geográfico, se considera que, a los efectos de la presente operación, la misma puede dejarse abierta, analizándose a los efectos de la presente operación los efectos tanto en España como en el EEE.

5. ANÁLISIS DE MERCADO

5.1. Estructura de la oferta

- (45) El mercado de fabricación y distribución de bolsas tipo bag-in-box es un mercado creciente a nivel mundial.
- (46) Se trata de un mercado en el que conviven un líder indiscutible, de gran presencia en todos los segmentos de mercado de las bolsas bag-in-box en todo el EEE, con otras empresas de menor tamaño relativo en el EEE, como SCHOLLE IPN (desde 2022, SIG), LIQUIBOX, ARAN GROUP, MONTIBOX,

¹⁸ Según los datos recabados, se observa que, si bien la TARGET está ubicada en Bulgaria, vende a varias decenas de países, concentrando un [CONFIDENCIAL; 70-80]% de sus ventas dentro del EEE y el resto a países cercanos al EEE, como [CONFIDENCIAL].

TECNOLOGIA JSC y la propia TARGET¹⁹. Asimismo, existen otras empresas no fabricantes que revenden o distribuyen bag-in-box de empresas fabricantes, como CARTOBOL u OPTOPACK.

- (47) Según la notificante, gran parte de los productores de bag-in-box se encuentran activos en todos los segmentos de la cadena de producción, aunque muchos de ellos adquieren de terceros tanto el film plástico como las cajas o recipientes donde irían insertas o encajadas las bolsas. La TARGET sólo vende las bolsas de plástico tipo bag-in-box, sin llegar a insertarlas en ninguna caja o recipiente. Por otro lado, para fabricar sus bolsas, la TARGET adquiere de terceros (entre ellos el grupo SMURFIT KAPPA) todos los accesorios que se colocarían en el gollote (grifos, válvulas, etc.). Por su parte, el grupo SMURFIT KAPPA adquiere de terceros determinados films de plástico (i.e. EVOH o Etileno-Vinil-Alcohol) utilizados para la fabricación de bolsas tipo bag-in-box, que sí produce la TARGET²⁰.
- (48) La TARGET vende sus productos en España a través de CARTOBOL, único cliente²¹ de la TARGET en España, que compra sus bolsas tipo bag-in-box para revenderlas a clientes finales. Esto da lugar a que muchos clientes de CARTOBOL identifiquen a este como su proveedor de bolsas tipo bag-in-box, y no al fabricante de estas.
- (49) En general, se trata de un mercado en el que no parece existir un exceso significativo de capacidad instalada que permita disciplinar una hipotética subida de precio de la entidad resultante de la operación, tal y como parece confirmar la investigación de mercado²².
- (50) Por otra parte, si bien la notificante defiende que existen otros envases, algunos de plástico flexible e incluso algunos de otros materiales, que pueden constituir una alternativa a las bolsas tipo bag-in-box, ejerciendo por tanto presión competitiva sobre estos productos, la investigación de mercado ha mostrado que la capacidad de estos otros tipos de envases para ejercer presión competitiva sobre los bag-in-box es relativa²³. Una amplia mayoría de clientes y de los

¹⁹ Otras empresas como AMCOR LTD. o DS SMITH, a pesar de su gran tamaño, cuentan con presencia limitada en el EEE.

²⁰ Normalmente, las válvulas, grifos y otros accesorios no se venden por separado al cliente final (que compra casi siempre estos accesorios ya unidos a las bolsas) sino a otros fabricantes de soluciones tipo bag-in-box. Es el caso de la TARGET, quien compra estos accesorios a otros fabricantes de soluciones tipo bag-in-box, entre ellos al grupo SMURFIT KAPPA.

²¹ Según la información recabada, CARTOBOL no es un distribuidor de la TARGET propiamente dicho. Si bien sí contribuye a colocar los productos de la TARGET en España, no media entre las partes contrato de distribución, ni ninguna relación de exclusividad, vendiendo CARTOBOL también bag-in-box de otros fabricantes distintos de la TARGET.

²² La notificante defiende que existen varios competidores que han realizado inversiones para incrementar su capacidad instalada. Sin embargo, los competidores señalan en general que no existe un exceso de capacidad significativa en el mercado, o que, desconociendo el exceso existente en el mercado, ellos no presentan un exceso de capacidad significativo.

²³ En este sentido, una mayoría de los clientes dicen no haberse planteado el cambio de envase distinto en el caso de un aumento de precio de las bolsas bag-in-box, mientras que una minoría admite que podrían optar por cambiar de envase, si bien solo a partir de un incremento de precio no menor al 20% y por encima del 30%.

propios competidores señalan que las bolsas tipo bag-in-box ofrecen una serie de características favorables²⁴ que no pueden batir otro tipo de envases alternativos.

- (51) A continuación, se muestran las cuotas de las partes y sus competidores en el mercado de la fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box en España, distinguiendo también si el destino de los bag-in-box es el segmento alimenticio y, dentro de estas, si las bolsas son no asépticas. Estas son las cuotas según la información aportada por las partes, para los años 2020, 2021 y 2022:

Tabla 1. Mercado de fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box en España			
Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
Grupo SMURFIT KAPPA	[50-60]%	[60-70]%	[50-60]%
TARGET	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%
MONTIBOX	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
ARAN GROUP	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
SCHOLLE IPN	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Otros	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: la notificante.

Tabla 2. Mercado de fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en España			
Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
Grupo SMURFIT KAPPA	[50-60]%	[60-70]%	[50-60]%
TARGET	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%
MONTIBOX	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
ARAN GROUP	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
SCHOLLE IPN	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Otros	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: la notificante.

²⁴ Entre otros: a) los menores costes de transporte y de almacenamiento de las bolsas (e incluso una vez insertadas en las cajas, por el aprovechamiento del volumen de carga), b) los beneficios que comportan en términos de sostenibilidad medioambiental (derivados del transporte o por los menores residuos), c) las múltiples posibilidades de tamaño de formato, d) la conservación del producto, o e) la facilidad de uso.

Tabla 3. Mercado de fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para el segmento alimenticio en España			
Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
Grupo SMURFIT KAPPA	[60-70]%	[70-80]%	[60-70]%
TARGET	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
Combinada	[70-80]%	[80-90]%	[70-80]%
MONTIBOX	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
SCHOLLE IPN	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Otros	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Total ²⁵	(pendiente)	(pendiente)	100%

Fuente: la notificante.

- (52) A continuación, se detallan las cuotas a nivel del EEE. En este ámbito geográfico, la TARGET está presente también (aunque residualmente) en el subsegmento de bolsas bag-in-box asépticas para productos alimenticios²⁶, además de en el subsegmento de no asépticas, que son las únicas que vende en España.

Tabla 4. Mercado de fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box en el EEE			
Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
Grupo SMURFIT KAPPA	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%
TARGET	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[70-80]%
SCHOLLE IPN	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
Otros	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: la notificante.

Tabla 5. Mercado de fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en el EEE			
Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
Grupo SMURFIT KAPPA	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%
TARGET	[5-10]%	[0-5]%	[0-5]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[70-80]%
SCHOLLE IPN	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[5-10]%	[0-5]%
Otros	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: la notificante.

Tabla 6. Mercado de fabricación y suministro de bolsas no asépticas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en el EEE			
---	--	--	--

²⁵ Se ha requerido a las partes verificación de los cálculos de cuotas, así como aportación de fuentes y metodología empleada en todos los mercados, dado que los datos de cuotas aportados en algunos mercados no suman 100%.

²⁶ El solapamiento es mínimo porque, del volumen total de bolsas que vende la TARGET en el EEE, las bolsas asépticas representan menos del [CONFIDENCIAL; 0-5]%

Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
Grupo SMURFIT KAPPA	[60-70]%	[60-70]%	[70-80]%
TARGET	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%
Combinada	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%
SCHOLLE IPN	[10-20]%	[10-20]%	[5-10]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Otros	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: la notificante.

Tabla 7. Mercado de fabricación y suministro de bolsas asépticas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en el EEE			
Empresa	Cuotas de mercado en unidades (2022)	Cuotas de mercado en unidades (2021)	Cuotas de mercado en unidades (2020)
Grupo SMURFIT KAPPA	[60-70]%	[60-70]%	[50-60]%
TARGET	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
Combinada	[60-70]%	[60-70]%	[50-60]%
SCHOLLE IPN	[10-20]%	[5-10]%	[5-10]%
LIQUIBOX	[5-10]%	[10-20]%	[0-5]%
Otros	[10-20]%	[10-20]%	[30-40]%
Total	100%	100%	100%

Fuente: la notificante.

- (53) Por lo que respecta al grado de concentración del mercado, tanto en España como en el EEE la situación del mercado ya era de una elevada concentración incluso antes de la presente operación.
- (54) En la siguiente tabla, se recogen tanto los IHH²⁷ postconcentración como los deltas asociados, considerando las cuotas de 2022:

Tabla 8. IHH y deltas asociados (2022)		
Mercado	IHH postconcentración	Delta
Fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box en España	4.360,60	953,53
Fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en España	4.392,49	962,52
Fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box no asépticas para el segmento alimenticio en España	(pendiente)	(pendiente)
Fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box en el EEE	4.965,40	798,69
Fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en el EEE	4.966,16	799,82
Fabricación y suministro de bolsas no asépticas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en el EEE	5.153,78	974,82
Fabricación y suministro de bolsas asépticas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio en el EEE	4.330,28	181,30

Fuente: CNMC a partir de las cuotas proporcionadas por la notificante.

- (55) Así, las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre

²⁷ Índice Herfindahl-Hirschman.

empresas²⁸ establecen que es improbable que una operación dé lugar a problemas de competencia cuando el IHH postconcentración se encuentre entre 1.000 y 2.000 y el delta asociado sea inferior a 250, o en una concentración que arroje un IHH superior a 2.000 y un delta inferior a 150, salvo que se den circunstancias especiales²⁹.

- (56) Tal y como se muestra en el cuadro, los IHH postconcentración y deltas asociados son muy superiores a estos niveles de referencia, lo que no permite descartar la existencia de riesgos de competencia en un contexto, además, donde la notificante ya disponía antes de la concentración de cuotas superiores al 50% en todos los segmentos de mercado considerados. En este sentido, el IHH preconcentración considerando cualquiera de los siete segmentos analizados es superior a 3.000, lo que indica el ya de por sí elevado grado de concentración con carácter previo a la misma.
- (57) En cuanto a la estructura de costes, las partes y varios competidores señalan a los costes de transporte y a las materias primas como principales determinantes, si bien los primeros serían reducidos por el aprovechamiento del espacio de almacenamiento y en el transporte de las bolsas tipo bag-in-box.
- (58) La fijación de precios por parte de los competidores depende de distintos factores, entre otros, de la posibilidad de incorporar determinados accesorios a las bolsas, del posicionamiento empresarial y de la inflación de las materias primas.
- (59) La mayoría de los clientes consultados se dedican a la producción y envasado de productos alimentarios, destacando especialmente la producción y envasado de vino, producto para el que van destinadas en España las bolsas tipo bag-in-box de la TARGET.

5.2. Estructura de la demanda

- (60) La mayoría de los clientes consultados se dedican a la producción y envasado de productos alimentarios, destacando especialmente la producción y envasado de vino, producto para el que van destinadas en España las bolsas tipo bag-in-box de la TARGET.
- (61) Según la investigación de mercado, la demanda de este mercado se encuentra muy fragmentada.
- (62) La venta se realiza directamente a clientes finales en la mayoría de los casos, si bien también existen casos como el de la TARGET o el de ARAN GROUP,

²⁸ Directrices sobre evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, párrafos 17 y siguientes.

²⁹ Párrafo 20 de las Directrices sobre evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas.

quienes también venden sus productos en España a través de un distribuidor independiente, CARTOBOL³⁰.

- (63) La TARGET muestra una clara especialización en la fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box destinadas al sector vinícola ([CONFIDENCIAL; 90-100]% en España y [CONFIDENCIAL; 90-100]% en EEE). Por su parte, en el sector alimentario, único en el que está presente la TARGET a nivel del EEE y de España, el grupo de la notificante no muestra una especialización tan acusada: el [CONFIDENCIAL; 70-80]% y el [CONFIDENCIAL; 80-90]% de sus ventas en, respectivamente, España y el EEE tuvieron como destino el sector vinícola³¹.
- (64) Si bien algunos de estos clientes pueden constituir grupos y cooperativas de mayor tamaño relativo y relevancia en el sector, la mayoría de los clientes que han participado en la investigación de mercado coinciden en señalar que el poder compensatorio de la demanda en este mercado es prácticamente nulo.
- (65) Por otra parte, la investigación de mercado no ha sido del todo concluyente respecto de la existencia o no de dificultad para cambiar de proveedor de bag-in-box y de los costes asociados al mismo. En este sentido, algunos clientes señalan que sí existe cierta dificultad, principalmente por la necesidad de incurrir en procesos relativamente largos y costosos de adaptación de la maquinaria de llenado (especialmente en el caso de las bolsas de mayor capacidad), así como de homologar las nuevas bolsas tipo bag-in-box (requisito establecido por algunos clientes del segmento alimentario), mientras que otros clientes señalan que el cambio es fácil y poco costoso. En este sentido, cabe señalar que más de la mitad de los clientes señalan que se plantearían cambiar de proveedor ante un incremento 10% de su producto.

5.3. Barreras a la entrada e I+D

- (66) Según la investigación de mercado, las principales barreras de entrada en este mercado son la inversión necesaria en maquinaria, así como las barreras regulatorias derivadas del necesario cumplimiento de la reglamentación específica que cualquier envase destinado a uso alimentario necesita cumplir en términos de certificación y homologación.
- (67) Por último, los competidores y las partes desconocen la entrada al mercado en los últimos 3 años de nuevos entrantes más allá de cambios de titularidad de empresas que previamente ya se dedicaban a la fabricación de bag-in-box³².

³⁰ No media contrato de distribución propiamente dicho. CARTOBOL compra y luego revende sin relación de exclusividad. Se consideran a sí mismos clientes/revendedores.

³¹ El resto de las ventas en el sector alimentario del grupo SMURFIT KAPPA se divide de la siguiente manera:

- España: bebidas ([CONFIDENCIAL; 0-10]%), lácteos ([CONFIDENCIAL; 10-20]%) y otros alimentos ([CONFIDENCIAL; 0-10]%).
- EEE: bebidas ([CONFIDENCIAL; 0-10]%), lácteos ([CONFIDENCIAL; 0-10]%) y otros alimentos ([CONFIDENCIAL; 0-10]%).

³² Entre otras: adquisición de la compañía estadounidense SCHOLLE IPN por la suiza SIG en 2022 y adquisición de la compañía española MONTIBOX por la polaca BIBP en 2022.

6. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (68) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de SMURFIT BULGARIA e, indirectamente, por parte del grupo SMURFIT KAPPA, de ARTEMIS BiB.
- (69) El mercado afectado por la operación es el de fabricación y comercialización de bolsas tipo bag-in-box de consumo (<25 litros) para aplicaciones alimentarias
- (70) La operación da lugar a solapamientos horizontales en el mercado de la fabricación y suministro de bolsas tipo bag-in-box del [CONFIDENCIAL; 60-70]% (adición del [CONFIDENCIAL; 5-10]%), del [CONFIDENCIAL; 70-80]% (adición del [CONFIDENCIAL; 10-20]%) en el caso de bolsas bag-in-box no asépticas para alimentación en España; y del [CONFIDENCIAL; 60-70]% (adición del [CONFIDENCIAL; 5-10]%) y [CONFIDENCIAL; 70-80]% (adición del [CONFIDENCIAL; 5-10]%), respectivamente, en el EEE.
- (71) Asimismo, los IHH y los deltas analizados en la Tabla 8³³ confirman un importante aumento del grado de concentración, con IHH postconcentración superiores a 4.000 y deltas superiores a 700 para 6 de los 7 mercados analizados³⁴.
- (72) A este respecto cabe señalar que la Dirección de Competencia ha pedido información adicional a las partes sobre las fuentes y metodología empleada para el cálculo de las cuotas de las partes y de sus competidores, así como una revisión de las estimaciones aportadas al haberse detectado inconsistencias en los datos. Dicha información y revisión de cuotas está aún pendiente de ser aportada por las partes.
- (73) La investigación de mercado revela que la mayoría de los clientes y algunos competidores no identifican a la TARGET como alternativa de suministro. No obstante, a este respecto, cabe indicar que sí identifican a CARTOBOL, quien vende los bag-in-box de la TARGET y de otros fabricantes a clientes finales, como alternativa de suministro.
- (74) Se trata de un mercado que no cuenta con un exceso significativo de capacidad instalada de producción, mostrando la investigación de mercado realizada que los competidores existentes no tienen capacidad suficiente para disciplinar una hipotética subida de precios y la mayoría de los competidores señala que tendría incentivos a seguir a la entidad resultante en caso de una subida de los precios. En este sentido, se considera necesario ampliar la investigación de mercado para analizar en mayor profundidad la oferta de alternativas del mercado, su capacidad instalada y tasa de uso de la misma, incentivos a competir con la

³³ Párrafo (55).

³⁴ Nótese que la TARGET solo tiene una presencia residual en el EEE en el mercado de la fabricación y suministro de bolsas asépticas tipo bag-in-box para el segmento alimenticio (véase nota al pie 25).

entidad resultante e inversiones en capacidad instalada previstas a corto/medio plazo.

- (75) Por lo que respecta a la demanda, se trata de un mercado fragmentado donde los clientes tienen un reducido o nulo poder compensatorio para influir en los precios.
- (76) No se identifican barreras significativas a la entrada, no obstante, un operador señala que se trata de un sector de márgenes reducidos, especialmente en Europa frente a otras zonas geográficas como EEUU o Canadá, lo que resta atractivo a la entrada de otros competidores. En este sentido, el mismo operador señala que algunos de los movimientos de compra de competidores que se han dado en los últimos años están derivando en una salida progresiva o pérdida de importancia relativa de algunos competidores, antes relevantes, en el mercado de bolsas tipo bag-in-box. En este sentido, la Dirección de Competencia considera necesario investigar en mayor profundidad estas tendencias del mercado y profundizar en el análisis de incentivos de competidores potenciales para entrar en el mercado de bag-in box.
- (77) La TARGET se encuentra también activa en la fabricación de plásticos y films destinados a la fabricación de bolsas bag-in-box, aunque, según las partes, su participación en el mercado es pequeña y estas no prevén ninguna alteración de sus relaciones comerciales con los clientes actuales de la TARGET en relación con estos inputs tras la presente operación. Además, según las partes, existe un gran número de fabricantes de films de plástico en el EEE capaces de abastecer la demanda, por lo que no se prevé que la operación vaya a dar lugar a riesgos de tipo vertical.
- (78) La notificante también opera en mercados conexos, como en el suministro de máquinas de llenado y envasado para bolsas tipo bag-in-box, así como en el mercado de fabricación de los accesorios que irían acoplados a las bolsas bag-in-box (como válvulas, tapones y grifos).
- (79) Respecto de las máquinas de llenado, las partes indican que existen otros fabricantes aparte de la notificante como CARTOBOL, LIQUIBOX o TECHNIBAG SAS. Las partes destacan que todas las máquinas de llenado, incluidas las fabricadas por el propio grupo adquirente, son compatibles con cualquier bolsa tipo bag-in-box, con independencia de su fabricante.
- (80) Respecto de los accesorios que irían acoplados a las bolsas bag-in-box, las partes indican que existen otros fabricantes aparte del grupo adquirente como GRIFOL SRL, CONRO PRECISION y BERICAP HOLDING GMBH. Estos terceros fabricantes, así como la empresa VITOP MOULDING SRL, integrada dentro del grupo SMURFIT KAPPA, también venden productos accesorios a fabricantes de otros envases flexibles para líquidos y semilíquidos a granel, como los envases tipo pouch, y algunos incluso los venden para otros envases semirrígidos o rígidos. Por otra parte, en la medida en que la operación no da

lugar a cambios en la cartera de la notificante, no se prevé que esta pueda dar lugar a riesgos de efectos cartera.

- (81) En conclusión, a la vista de los elevados solapamientos horizontales y altos índices de concentración (IHH) a que da lugar la operación y de la ausencia de poder compensatorio de la demanda, se considera necesario continuar con la investigación sobre diferentes aspectos importantes relativos a la oferta del mercado, la capacidad instalada existente o los incentivos a aumentar la misma por parte de operadores existentes, así como sobre otros aspectos relativos a los incentivos a la entrada al mercado de competidores potenciales, con objeto de poder valorar adecuadamente los efectos de la presente operación de concentración.

7. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia **se propone iniciar la segunda fase del procedimiento por considerar que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado nacional**, en aplicación del artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Asimismo, y 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 para la ejecución de la operación ni accesorias a la misma, quedando sujetas a la normativa de acuerdos entre empresas, la duración de las cláusulas de no competencia, de no captación, de confidencialidad y de no competencia y no captación en relación con el acuerdo marco entre la notificante y el accionista único de[CONFIDENCIAL], en todo lo que exceda del periodo de dos años desde la ejecución de la operación.