



## N- 04050 GEP/EISMANN

Con fecha 2 de julio de 2004 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la concentración económica consistente en la adquisición de control exclusivo del Grupo Eismann (en adelante, Eismann) por parte de German Equity Partners II L.P., GEP Coinvest L.P. y Eagle L.P. (en adelante, los Fondos GEP).

Dicha notificación ha sido realizada por los Fondos GEP según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 a).

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **2 de agosto de 2004**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de los Fondos GEP de la totalidad de las acciones de Eismann, empresa propiedad del Grupo Nestlé.

En virtud del Contrato de Compraventa de Acciones, la operación consistirá en la compra por una sociedad vehículo de nueva creación (en adelante, NewCo) de la totalidad de las acciones del Grupo Eismann. Al finalizar la operación, NewCo estará participada por los Fondos GEP en aproximadamente un [...] % de las acciones, por los actuales directivos de Eismann en torno a un [...] % y por un co-inversor en aproximadamente un [...] %. Se prevé que el co-inversor será Parcom Ventures B.V. (en adelante, Parcom), es un fondo de inversiones privado con domicilio social en Hilversum, Países Bajos.

---

\* Se indica entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

Adicionalmente, ciertos derechos de propiedad, know-how de distribución y bienes raíces -utilizados por Eismann y que son propiedad de las empresas del Grupo Nestlé- serán transferidos a NewCo.

En función de las participaciones previamente indicadas, los Fondos GEP adquirirán el control exclusivo sobre el Grupo Eismann. [...].

Nestlé ha decidido llevar a cabo la desinversión del negocio de Eismann tras analizar la cartera de Schöller que ha revelado la limitada idoneidad estratégica entre Eismann y el resto de las operaciones de Nestlé.

Los Fondos GEP consideran que la adquisición de Eismann es una oportunidad de comprar una empresa infra-gestionada, que no forma parte del núcleo de su negocio, siendo sus principales atractivos la cartera de clientes de Eismann y su avanzado sistema de distribución.

El precio de compra del negocio global de Eismann es aproximadamente [...].

El 7 de junio de 2004, la Comisión recibió Escrito Motivado en virtud del artículo 4.5 del Reglamento (CE) nº 139/2004. El 29 de junio de 2004, la Comisión comunicó el veto de un Estado miembro al reenvío de la operación. Por tanto, la operación queda sujeta a las normativas nacionales de concentraciones.

Los notificantes indican que la presente operación ha sido notificada en Alemania el 29 de junio de 2004, en Austria el 30 de junio de 2004 y en Italia el 26 de julio de 2004.

## **II. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

### **II.1 Cláusula de inhibición de la competencia**

Los Vendedores acuerdan con los Compradores que -sin el consentimiento previo y por escrito de estos últimos- no adquirirán -directa o indirectamente- una participación superior al 10% (en valores o votos) en negocio alguno que compita con la empresa traspasada, es decir, lo que se denominan Servicios Restringidos que comprenden la venta y la posterior entrega directa mediante vehículo a motor en domicilios particulares de (i) todos los productos alimenticios congelados que distribuyen o venden las empresas del Grupo Eismann en el momento de la formalización del contrato y (ii) cualquier producto alimenticio congelado que compita con los productos alimenticios congelados incluidos en (i).

Con el fin de evitar cualquier género de dudas, los servicios señalados no comprenden ninguna otra modalidad de venta externa, en la calle o directa. Adicionalmente, las clínicas, residencias universitarias, hostales y otras propiedades donde la compra de productos alimenticios congelados se realiza por parte o en nombre de un grupo de residentes para su consumo no son considerados domicilios particulares.

El ámbito geográfico de aplicación de la cláusula de no competencia se limita a Alemania, Austria, Italia, Suiza, Francia, Bélgica, Países Bajos, Luxemburgo y España.

Los Vendedores se comprometen a no competir con los Compradores por un período [no superior a 3 años] pues en la operación de concentración en cuestión se transfiere el fondo de comercio y el know-how del Grupo Eismann.

De todo lo dicho se deduce que los Vendedores o cualquier miembro del Grupo Nestlé podrán:

- [...]
- [...]

## **II.2. Cláusula de confidencialidad**

Los Vendedores se comprometen individualmente a no utilizar -ni en beneficio propio ni en nombre de terceros- o divulgar a terceros -directa o indirectamente- información confidencial, sin el consentimiento previo de los Compradores.

Esta restricción no será de aplicación en los siguientes casos:

- cuando la información denominada confidencial sea o pase a ser de dominio público, salvo que esto ocurra por violación de la obligación de confidencialidad recogida en el Contrato de compraventa.
- cuando como consecuencia de alguna ley, orden gubernamental, decreto, normativa, licencia o regla en vigor o con arreglo a la normativa de alguna bolsa de valores o de la autoridad reguladora o gubernamental de la que dependa se exija a los Vendedores que den a conocer información confidencial.

En su conjunto, todas las partes se comprometen con las demás a conservar la confidencialidad de toda la información relacionada con la otra parte y las cuestiones que no sean de dominio público y a no divulgarla a terceros ni a emplearla a no ser que cuente con el consentimiento previo por escrito de la otra parte.

## **II.3. Valoración**

El apartado 5 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión de 4 de julio de 2001 en consideración de este Servicio, el contenido y duración de las cláusulas restrictivas mencionadas no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, no siendo preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

## **III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

De acuerdo con los notificantes, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, del Consejo, sobre el control de las operaciones de

concentración entre empresas por lo que la operación carece de dimensión comunitaria.

La operación notificada cumple los requisitos previstos por la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, para su notificación en España, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) de la mencionada norma.

#### IV. EMPRESAS PARTICIPES

##### IV.1. NOTIFICANTES

Los **Fondos GEP** -con sede en Guernsey, Islas Anglo Normandas, Reino Unido- son fondos de inversión privados centrados en la adquisición de participaciones en el capital de empresas de tamaño mediano que están siendo vendidas por problemas de sucesión o por cambios en la estrategia de la empresa.

Los Fondos GEP invierten principalmente en la gestión de operaciones de buy-out y buy-in, en la financiación para el crecimiento de la empresa y en situaciones previas a las OPAS. El período de tenencia de las acciones en una inversión oscila entre los tres y los siete años. Generalmente, los Fondos GEP dan a las empresas total libertad en la gestión diaria del negocio.

Los Fondos GEP controlan las siguientes empresas:

- [...] con una participación del [...]%- dedicada a la producción de material para empacar, clasificar, transportar y triturar papel usado y otros desechos.
- [...] con una participación del [...]%- dedicada a la fabricación de sistemas en tierra de deportes al aire libre.
- [...] con una participación del [...]%- dedicada a la producción de caucho y materiales de plástico y gránulos de caucho.

Desde una perspectiva geográfica, los Fondos GEP centran su actividad en los países de habla germana y en Dinamarca.

Son administrados por [...]<sup>1</sup>. Ninguno de los miembros de los órganos de gestión y administración de los Fondos GEP es simultáneamente miembro de los órganos de gestión y administración del Grupo Eismann o de cualquier otra empresa activa en España en el mercado afectado.

La facturación de los Fondos GEP en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del real Decreto 1443/2001, de acuerdo con los datos facilitados en la notificación es la siguiente:

---

<sup>1</sup> [...].

Volumen de ventas de los Fondos GEP (Millones de euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación.

## IV.2 NEGOCIO ADQUIRIDO

**El Grupo Eismann** (en adelante, Eismann) está integrado por Eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH & Co. KG (en adelante, Eismann KG) y sus filiales en Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España y Suiza.

Eismann opera en el sector de distribución a domicilio de alimentos ultracongelados en Alemania, Austria, Bélgica, Países Bajos y Suiza, así como en ciertas áreas de Francia, Italia y España.

Eismann tiene su sede en Mettmann, Alemania, donde inició en 1974 sus actividades de entrega a domicilio, expandiéndose posteriormente a otros países europeos. Eismann fue adquirida por Nestlé a través de la adquisición del Grupo Schöller en 2002<sup>2</sup>.

Eismann ofrece distintas variedades de alimentos congelados (incluyendo platos preparados, fruta y verdura, carne, pescado, pollo, patatas y otras acompañamientos), helados y productos cocidos al horno que varían en función de la estación del año y el área geográfica. Los productos se comercializan bajo la marca Eismann y, en el noroeste de Alemania, bajo la marca local Heimfrost.

En España, Eismann desarrolla su actividad a través de Eismann, S.A., registrada en el registro mercantil de Barcelona. Eismann no pertenece a ninguna asociación sectorial en España.

Ninguno de los miembros de los órganos de gestión y administración de Eismann es simultáneamente miembro de los órganos de gestión y administración de los Fondos GEP o de cualquier otra empresa activa en España en el mercado afectado.

Eismann sólo dispone de cuentas auditadas separadas en 2003 cuando ya estaba prevista la venta de la empresa.

El volumen de ventas de Eismann en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, según datos facilitados en la notificación es la siguiente:

<sup>2</sup> Caso M-2640 Nestlé/Schöller.

Volumen de ventas de Eismann (Millones de euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1. Mercado de producto

Como se ha indicado previamente, Eismann se dedica a la distribución a domicilio de alimentos ultracongelados.

La Comisión indicó en su decisión sobre el Caso M-2640 Nestlé/Schöller que podían distinguirse mercados de producto separados en función de los canales de distribución de alimentos ultracongelados, si bien dejó abierta la definición. Por lo tanto, la distribución a domicilio de alimentos ultracongelados puede constituir un mercado de producto distinto del de distribución mayorista y detallista.

En la operación N-259 Congelats Reunits/Ana Pons, el SDC consideró como relevante el mercado de la distribución comercial minorista o detallista de productos de alimentación congelados.

El sector de la distribución comercial minorista de productos de alimentación congelados, incluido a efectos de su regulación en la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, comprende aquellas actividades desarrolladas profesionalmente con ánimo de lucro y consistentes en la venta al por menor de productos alimenticios congelados a los consumidores finales de los mismos.

En el informe se indicó que estos productos se distribuyen para su consumo en el hogar mediante establecimientos minoristas de alimentación general, en menor medida a través de puntos de venta especializados y también a través de la venta a domicilio por medio de catálogo, ya que los congelados constituyen el único sector de la alimentación en el que se ha consolidado esta fórmula de venta. Esta actividad de distribución se distingue de la comercialización de productos alimenticios congelados o ultracongelados destinados al canal horeca (hostelería, restauración, catering) y/o a las colectividades.

La percepción que sobre el conjunto de los productos congelados tiene el consumidor final es que básicamente constituyen una categoría propia, un único sector dentro del mundo de los alimentos envasados, diferente de los productos frescos y refrigerados aunque no dejen por ello éstos de constituir una buena alternativa al consumidor.

Por todo ello, este Servicio consideró como mercado de producto relevante en la operación N-259 Congelats Reunits/Ana Pons el de la distribución comercial minorista de alimentos congelados para el hogar, englobando todos los canales de distribución

En atención a los precedentes comunitarios así como a las características de la presente operación, cabe considerar una definición más estrecha del mercado de la

distribución comercial detallista de alimentos congelados para el hogar, atendiendo a los diferentes canales de distribución, en este caso la distribución a domicilio.

Independientemente de la definición de mercado de producto que se tome, tal y como señalan las partes, cabe señalar que los Fondos GEP no tienen ninguna actividad en el sector de distribución de productos ultracongelados o en sectores que están horizontal o verticalmente vinculados con aquél -como es el caso de los sectores de producción, preparación o distribución de productos ultracongelados o productos relacionados, incluidos los helados; u otros sectores de servicios de venta o distribución a domicilio-.

## V. 2. Mercado geográfico

El ámbito geográfico del mercado de la distribución al por menor de bienes de consumo diario -desde el punto de vista de la demanda- ha sido tradicionalmente definido por la Comisión<sup>3</sup> y por las autoridades españolas<sup>4</sup> en diversas decisiones como de carácter local.

No obstante, posteriormente, la Comisión ha indicado<sup>5</sup> que la competencia en el mercado de la distribución minorista tiene lugar en un ámbito superior a los mercados locales, especialmente si se trata de grupos de distribución que ejercen sus actividades a nivel nacional, por lo que sería más apropiado examinar determinadas operaciones a nivel nacional o regional.

Concretamente en la decisión de la Comisión del Caso M-2640 Nestlé/Schöller, las partes consideran que el mercado de distribución a domicilio de alimentos ultracongelados es de dimensión nacional. Esta dimensión geográfica puede justificarse por las distintas condiciones de la competencia en cada Estado, la organización de la distribución a nivel nacional y las preferencias de los consumidores.

Adicionalmente, en el caso de las grandes cadenas al por menor, el surtido de mercancías se controla en gran medida de modo centralizado. Además, la publicidad se efectúa a nivel nacional<sup>6</sup>.

En todo caso, tal y como señalan las partes de la presente notificación, la definición exacta del mercado geográfico no modifica las conclusiones del análisis de esta operación en la medida que los Fondos GEP no tienen ninguna actividad en el sector de distribución de productos ultracongelados o en sectores que están horizontal o verticalmente vinculados con él.

<sup>3</sup> Casos IV/M.027 PROMODES/DIRSA; IV/M.242 PROMODES/BRMC; IV/M.471 DELHAIZE/PG; IV/M.804 AUCHAN/PAO de AÇUCAR, etc.

<sup>4</sup> Casos N-046 CARREFOUR/PROMODES, N-124 AGROLIMEN/CONGELATS REUNITS, N-140 PIO CORONADO/CEMETRO, etc.

<sup>5</sup> Casos N° COMP/M.1684 CARREFOUR/PROMODES; N° COMP/M.2161AHOLD/SUPERDIPLO, etc.

<sup>6</sup> Tal y como indicó la Comisión en la decisión del Caso M.1221 Rewe/Meinl.

## VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

### VI.1. Estructura de la oferta

En el siguiente cuadro se recogen las cuotas de mercado -definidas de la forma más estrecha- de Eismann y sus principales competidores en España en los tres últimos años.

ESTRUCTURA DEL MERCADO ESPAÑOL DE DISTRIBUCIÓN A DOMICILIO DE PRODUCTOS ULTRACONGELADOS						
Empresas	2001		2002		2003	
	Millones €	Cuota	Millones €	Cuota	Millones €	Cuota
Eismann	[>25]	[20-30]%	[>25]	[30-40]%	[>25]	[30-40]%
Bofrost	[>25]	[20-30]%	[>25]	[20-30]%	[>25]	[17-37]%
Family Frost	[<25]	[0-10]%	[<25]	[0-10]%	[<25]	[0-10]%
Tourpargel/Agriigel	[<25]	[10-20]%	[<25]	[10-20]%	[<25]	[10-20]%
Total	[>50]	100%	[>50]	100%	[>50]	100%

Fuente: Notificación (Estimaciones de Eismann)

Desde 2001, Eismann ha ido aumentando su cuota de mercado [...], mientras que -en términos generales- sus competidores la han mantenido o la han visto reducir. A partir de 2002, Eismann arrebató el liderazgo a Bofrost [...].

### VI.2. Estructura de la demanda y de la distribución

Eismann tiene como clientes exclusivamente a los hogares. Eismann no fabrica sus productos sino que los compra a terceros (en torno al [...] % del volumen total de compras) o a través de empresas del Grupo Nestlé (aproximadamente, el [...] % del total de compras). Ahora bien, no existe un acuerdo de suministro a largo plazo entre Eismann y Nestlé. Los pedidos que Eismann hace a Nestlé los realiza de forma puntual sin existir obligación de suministro de exclusividad o de compras mínimas.

Según Eismann, este patrón de comportamiento es seguido por el resto de sus principales competidores. No obstante, algunas empresas activas en la venta a domicilio de alimentos ultracongelados también fabrican sus propios productos como es el caso de Bofrost, que produce vegetales ultracongelados.

En el cuadro siguiente se recogen las compras realizadas por Eismann a sus seis principales proveedores en España:

VOLUMEN DE COMPRAS DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE EISMANN EN ESPAÑA		
Empresas	2003 (Millones €)	Tipo de producto
[...]	[...]	Helado, productos de pastelería, platos pre-cocinados, verdura/fruta, pescado, carne, aves y productos de patata
[...]	[...]	Platos pre-cocinados, snacks
[...]	[...]	Platos pre-cocinados, pescado
[...]	[...]	Verduras
[...]	[...]	Pizza
[...]	[...]	Pescado

En el cuadro siguiente se recogen los diez principales proveedores de Eismann en Europa en función de su importancia en el coste del producto vendido:

[...]

La red de distribución de Eismann está integrada por agentes de venta, franquiciadores y vendedores directamente empleados por Eismann, cada uno de los cuales dispone de un camión y sirve una línea que engloba a unos [...] clientes en ciclos de [...] de duración.

### **VI.3. Fijación de precios**

Los precios de los productos ultracongelados que son vendidos a los consumidores a domicilio son superiores a los precios de productos comparables que se venden en tiendas al por menor. Esta diferencia de precios se explica por el valor añadido que supone el servicio y los costes de distribución.

Las empresas activas en el mercado de venta a domicilio de productos ultracongelados practican precios similares. Además, hay que tener presente que resulta habitual que el tipo y el tamaño de los productos ofrecidos por Eismann y sus competidores difieran levemente los unos de los otros.

Los principales factores de competencia en la distribución de productos ultracongelados son el precio, la calidad del servicio y de los vendedores, y la variedad de los productos.

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

En Europa -tanto a nivel local como regional- existen numerosas empresas de pequeño y mediano tamaño que están activas en el mercado de venta a domicilio de productos congelados. Según los notificantes, las inversiones precisas para llevar a cabo la distribución de productos de alimentación ultracongelados a nivel local o regional son muy limitadas, por lo que las barreras financieras a la entrada para acometer las inversiones precisas son reducidas.

Ahora bien, si una empresa que desee entrar en el mercado de referencia y asegurar una cobertura nacional, se enfrentará a unos costes de construcción de infraestructuras (red de suministro, refrigeración), de adquisición de una cartera de clientes y de inversiones en camiones muy superior que si solamente se plantea tener una cobertura local o regional.

En opinión de las partes, la actividad de Investigación y Desarrollo es prácticamente insignificante en el mercado de venta de productos alimenticios a domicilio.

Según información suministrada por las partes, en los tres últimos años no se ha producido la entrada en el mercado de referencia de ninguna empresa relevante.

## VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

Como consecuencia de la operación analizada, los Fondos GEP adquieren el control exclusivo de Eismann, líder del mercado de distribución de productos alimenticios a domicilio en España donde ostenta una cuota de mercado del [30-40]%.

Los Fondos GEP son fondos de inversión privados cuyo objetivo es la adquisición de participaciones en el capital de empresas de tamaño mediano. Los Fondos GEP no poseen participaciones en empresas que operan en los mercados en los que ya actúa Eismann, ni en mercados ascendentes ni descendentes.

Por tanto, la operación tiene un carácter puramente financiero y no supone un cambio sustantivo en la estructura competitiva del mercado. Eismann deja de pertenecer a una gran multinacional como Nestlé para pasar a estar controlada por los Fondos GEP.

En todo caso, se trata de un mercado sujeto a presiones competitivas importantes procedentes y no existen barreras de entrada significativas más allá de las inversiones que requiere desarrollar la actividad de distribución de productos de alimentación ultracongelados.

En definitiva, no cabe esperar que la operación pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado.

## VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.