Resumen de la Decisión de la Comisión

de 17 de julio de 2015

por la que una operación de concentración se declara compatible con el mercado interior y el funcionamiento del Acuerdo EEE

(Asunto M.7408 — Cargill/ADM Chocolate Business)

[notificada con el número de documento C(2015) 4840 final]

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(2017/C 232/13)

El 17 de julio de 2015 la Comisión adoptó una Decisión sobre un asunto de concentración entre empresas, de conformidad con el Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas [1]*, y en particular, su artículo 8, apartado 2. Una versión no confidencial de la Decisión completa en la lengua auténtica del asunto figura en el sitio web de la Dirección General de Competencia, en la siguiente dirección: http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html*

(1) El 19 de enero de 2015, la Comisión recibió una notificación de una propuesta de concentración con arreglo al artículo 4 del Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo [«Reglamento (CE) n.º 139/2004»], por la cual la empresa Cargill Incorporated («Cargill», Estados Unidos) se propone adquirir el control del negocio de chocolate industrial de la empresa Archer Daniels Midland Company (en lo sucesivo, «el negocio de chocolate de ADM», Estados Unidos) mediante la adquisición de acciones y activos («la operación»). Cargill y el negocio de chocolate de ADM se denominarán conjuntamente «las Partes».

I. LAS PARTES

(2) Cargill es una empresa estadounidense que se dedica a la producción y venta internacional de alimentos, productos y servicios agrícolas y de gestión de riesgo. Entre los negocios de Cargill está la producción y venta de chocolate industrial y coberturas y rellenos a base de grasa (incluido el sucedáneo de chocolate), así como la producción y venta de productos semiacabados de cacao que se utilizan en la producción de chocolate industrial.

(3) El negocio de chocolate de ADM produce y vende chocolate industrial y coberturas y rellenos a base de grasa, incluido el sucedáneo de chocolate. La empresa matriz Archer Daniels Midland Company también fabrica y vende productos semielaborados de cacao (en lo sucesivo, «el negocio de cacao de ADM»). Archer Daniels Midland Company suscribió un contrato con Olam International Limited («Olam») para la venta del negocio de cacao de ADM [2]. Por tanto, el negocio de cacao de ADM ascendente lo adquiriría Olam, mientras que negocio de chocolate de ADM descendente sería adquirido por Cargill.

II. LA OPERACIÓN

(4) El 28 de agosto de 2014, las Partes firmaron un acuerdo marco de compra con arreglo al cual Cargill adquirirá los activos y participaciones de capital que constituyen el negocio de chocolate de ADM. Cargill adquirirá por tanto el control exclusivo del negocio de chocolate industrial de ADM a través de la operación.

III. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

(5) La operación da lugar a:

a) solapamientos horizontales en la producción y venta de chocolate industrial;

b) vínculos verticales entre la producción y venta de productos semiacabados de cacao (en sentido ascendente) y la producción y venta de chocolate industrial (en sentido descendente), y

c) solapamientos horizontales en la producción y venta de sucedáneo de chocolate.

A. MERCADOS DE PRODUCTOS DE REFERENCIA

Introducción a la cadena de valor del cacao y el chocolate

(6) Los granos de cacao cosechados primero se secan y fermentan. A continuación se transforman y muelen para fabricar licor de cacao. El licor de cacao se puede prensar para separar la manteca de cacao (~ 45 %) y la torta de cacao (~ 55 %), que se pulveriza para obtener el cacao en polvo. El licor de cacao y la manteca de cacao, junto con el azúcar y la leche en polvo, son las materias primas para la producción de chocolate industrial utilizadas en la fabricación de productos de chocolate de consumo final, tales como artículos de confitería, galletas, productos de panadería, helados y cereales. El chocolate industrial se entrega al cliente, bien sea en forma líquida (en cisternas calefactadas) o en forma sólida.

[1] DO L 24 de 29.1.2004, p. 1.

[2] La adquisición de Olam International Limited del negocio de cacao de ADM fue autorizada sin condiciones por la Comisión Europea el 10 de junio de 2015 —véase el asunto M.7510— Olam/ADM Cocoa Business.

(7) Las coberturas y rellenos a base de grasa son una mezcla de grasas vegetales, azúcar y un ingrediente aromatizante. El sucedáneo de chocolate son coberturas y rellenos a base de grasa con aroma de cacao que a veces se utilizan en lugar de chocolate en la fabricación de productos de consumo final, por las propiedades específicas del producto o por su precio inferior.

Chocolate industrial

(8) La Comisión ha encontrado pruebas para considerar que el chocolate industrial líquido y sólido puede pertenecer a mercados de producto separados. Los clientes de chocolate industrial, en particular los que adquieren más de algunos cientos de toneladas al año, en general no pueden cambiar y pasar de comprar chocolate industrial líquido a sólido. El chocolate industrial líquido es más barato y su tratamiento en la planta de transformación es más fácil y rápida. Por otra parte, pasar de la producción de chocolate industrial líquido a sólido requiere inversiones en equipo adicional y no todos los proveedores están en condiciones de suministrar tanto chocolate industrial líquido como sólido. Sin embargo, la definición del mercado de producto puede dejarse abierta a este respecto, ya que la evaluación competitiva no variaría, con independencia de la definición exacta del mercado de producto.

(9) La Comisión también consideró una posible distinción entre chocolate negro, blanco y con leche, y entre chocolate industrial estándar y no estándar (incluido el chocolate certificado, ecológico y rastreable). La definición del mercado de producto también puede dejarse abierta a este respecto, ya que no tiene incidencia en el resultado de la evaluación desde el punto de vista de la competencia.

Productos semielaborados de cacao

(10) Habida cuenta de su práctica decisoria anterior, la Comisión considera que los productos semielaborados de cacao deberían segmentarse en mercados de producto separados para el licor de cacao, la manteca de cacao y la torta de cacao/el cacao en polvo. Además, se puede dejar abierta la cuestión de si los productos de cacao semiacabados estándar y no estándar constituyen mercados de productos distintos, ya que la evaluación competitiva no variaría, independientemente de la definición exacta del mercado de producto.

Coberturas y rellenos a base de grasas/sucedáneo de chocolate

(11) La Comisión considera que el sucedáneo de chocolate pertenece a un mercado de productos distinto del mercado del chocolate industrial debido a las diferencias de precio, sabor y consistencia, así como a la regulación de los productos. La cuestión suplementaria de si el sucedáneo de chocolate constituye un mercado separado de otros rellenos a base de grasas puede dejarse abierta, ya que la evaluación desde el punto de vista de la competencia no variaría, independientemente de la definición exacta del mercado de producto.

B. **MERCADOS GEOGRÁFICOS DE REFERENCIA**

Chocolate industrial

(12) La Comisión considera que el mercado geográfico de referencia del chocolate industrial no es el EEE, sino que corresponde a unas zonas de captación circulares de un radio de 500 km a la redonda de las fábricas de las Partes o de los clientes de las Partes. La Comisión también ha encontrado pruebas en el presente asunto en favor de los mercados nacionales.

(13) Contrariamente a las alegaciones de las Partes, la investigación de mercado reveló varios elementos que indican que las características físicas y de la demanda de chocolate industrial limitan la distancia a la que se reparte el producto en la práctica. La Comisión recopiló datos de la operación relativos a los años 2013 y 2014 de las Partes y de sus principales competidores de chocolate industrial. Las pautas de reparto que revelan estos datos muestran que el 80 % de todo el chocolate industrial se vende dentro de una distancia de aproximadamente 500 km. Además, el chocolate líquido se transporta distancias relativamente más cortas que el chocolate sólido. La mayoría de los clientes explicaron que funcionan con repartos «justo a tiempo», especialmente debido a su limitada capacidad de almacenamiento, y que, por lo tanto, se abastecen de chocolate líquido a distancias relativamente pequeñas.

(14) La investigación de la Comisión mostró además que las fronteras nacionales también desempeñan un papel en las pautas de abastecimiento y reparto de chocolate industrial. Por ejemplo, la reconstrucción de la Comisión ha demostrado que el 70 % del chocolate líquido utilizado en Alemania se produce en Alemania. Estas cifras son aún mayores en el caso de Francia (76 %), el Reino Unido (90 %), los Países Bajos (86 %) y Bélgica (98 %) y muestran que las compras transfronterizas por parte de los consumidores son, en general, limitadas.

(15) Sin embargo, la definición del mercado geográfico puede dejarse abierta, ya que la evaluación desde el punto de vista de la competencia no variaría, con independencia de la definición exacta del mercado geográfico.

Productos semielaborados de cacao

(16) Existen elementos para considerar que el mercado geográfico de productos semielaborados de cacao podría ser tanto el EEE como de ámbito mundial. Sin embargo, la definición del mercado geográfico puede dejarse abierta, ya que la evaluación desde el punto de vista de la competencia no variaría, con independencia de la definición exacta del mercado geográfico.

Coberturas y rellenos a base de grasas/sucedáneo de chocolate

(17) El mercado geográfico de coberturas y rellenos a base de grasas, incluido el sucedáneo de chocolate, puede dejarse abierto, ya que la evaluación desde el punto de vista de la competencia no cambiaría, independientemente de si se define como nacional o como zonas de captación en torno a las fábricas de las Partes.

C. **EVALUACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA**

Solapamientos horizontales en chocolate industrial relativos a Alemania

(18) La entidad fusionada tendría cuotas de mercado superiores al [50-60] % a nivel nacional en Alemania y como mínimo superiores al [50-60] %, (e incluso al [50-60] % o [60-70] % en muchos casos) para las diferentes zonas de captación en torno a las fábricas o a los clientes que podrían tenerse en cuenta en las regiones de venta en torno a las fábricas de las Partes en Alemania. Además, los mercados de chocolate industrial en torno a las instalaciones de las Partes en Alemania están concentrados y la operación daría lugar a un aumento considerable de los niveles de concentración medidos por el índice HHI.

(19) La gran mayoría de los clientes que cuentan con instalaciones de producción en Alemania que contestaron a la investigación de mercado de la Comisión plantearon dudas acerca del impacto de la operación, en particular por lo que respecta a los incrementos de precios. Algunos de los competidores confirmaron que la operación daría lugar a incrementos de precios y márgenes debido a la esperada reducción de la competencia.

(20) Por lo que se refiere a la proximidad de la competencia entre las Partes, la proximidad geográfica de las fábricas de las Partes en Alemania, su integración en sentido ascendente en el abastecimiento de granos de cacao, sus actividades en el procesado de los ingredientes a base de cacao semiacabados, su capacidad para atender los segmentos del mercado que mueve el volumen, así como su tamaño y escala mundial conducen a una posición similar de Cargill y de ADM en la comercialización de chocolate industrial.

(21) Los clientes de las Partes en las regiones de ventas en torno a las instalaciones de las Partes en Alemania pueden tener dificultades para cambiar a otros proveedores y, por tanto, pueden ser vulnerables al aumento de precios, ya que: i) los clientes confían en diversos proveedores para tener seguridad de abastecimiento y precios competitivos, ii) hay pocos proveedores alternativos disponibles, y iii) muchos de esos proveedores alternativos tienen importantes deficiencias con respecto a los tres grandes proveedores (Barry Callebaut y las Partes), por el pequeño tamaño de sus instalaciones de producción, su limitada cartera de productos, su relación de competencia con los clientes potenciales en los mercados descendentes, la ubicación de sus instalaciones de producción y/o la calidad de sus productos de chocolate industrial.

(22) Además, los competidores de las Partes en las regiones de venta en torno a las instalaciones alemanas de las Partes tienen limitaciones de capacidad y, por lo tanto, actualmente no están en condiciones de aumentar el suministro en una medida suficientemente grande para neutralizar cualquier incremento de precios potencial de las Partes tras la operación. Aunque el principal competidor de las Partes, Barry Callebaut, tiene actualmente planes de ampliar su capacidad en Europa Occidental, la Comisión considera que este aumento de capacidad no le aportará más incentivos para hacer frente a un incremento de precios de chocolate líquido después de la operación, puesto que los principales objetivos estratégicos de Barry Callebaut son desarrollar el negocio en los mercados emergentes, subcontratando para clientes muy importantes como Unilever o Mondelez y en productos gourmet o especializados.

(23) Debido a los obstáculos a la entrada y basándose en los contactos de la Comisión con potenciales participantes en el mercado designados por las Partes (incluidos fabricantes de chocolate integrados verticalmente, como Mondelez y Nestlé), la Comisión considera que es poco probable que haya futuras entradas en el mercado de chocolate industrial en las regiones de ventas en torno a las instalaciones alemanas de las Partes. Además, no existen pruebas concluyentes de un poder de negociación suficiente, en especial de los clientes pequeños y medianos de chocolate industrial, como para que ejerzan una presión competitiva considerable sobre las Partes.

Solapamientos horizontales en chocolate industrial con respecto a otros países

(24) La estructura del mercado en Bélgica, Francia, Países Bajos y el Reino Unido difiere considerablemente de la estructura del mercado en Alemania y en las correspondientes zonas de solapamiento entre las instalaciones alemanas de las Partes.

(25) En el Reino Unido, la cuota de mercado combinada de las Partes (en torno al 25 %) es menor y Barry Callebaut es el líder del mercado con un 66 %. En general, en las respuestas del Reino Unido a la investigación de mercado no se detectó un impacto de la operación sobre la competencia, debido a la moderada cuota combinada y a la presencia de un competidor fuerte. Lo mismo sucede en Bélgica y los Países Bajos, donde la estructura de mercado es similar. En Francia, la operación no plantea problemas de competencia habida cuenta de la escasa presencia de ADM y la fuerte posición del proveedor alternativo Cémoi.

Vínculos verticales entre los productos semielaborados de cacao y el chocolate industrial

(26) La operación da lugar a vínculos verticales entre las actividades de Cargill en la producción y suministro de productos semielaborados de cacao y las actividades descendentes de las Partes en chocolate industrial. Dado que Cargill ocupa una posición moderada en los mercados ascendentes de cacao y hay una serie de proveedores alternativos, la Comisión considera que la operación no suscita preocupación en cuanto a un bloqueo de insumos por lo que se refiere a los productos semielaborados de cacao.

(27) Además, como parte de la operación, Cargill y el negocio de cacao de ADM celebraron un acuerdo de suministro transitorio en virtud del cual Cargill comprará productos de cacao al negocio de cacao de ADM para abastecer las fábricas de chocolate industrial adquiridas en esta operación. Sin embargo, no habrá cambios en la capacidad disponible en el mercado comercial. Por otra parte, Cargill tiene capacidad excedentaria en los productos de cacao. Por consiguiente, la Comisión considera que el acuerdo de suministro transitorio no crea incentivos para que las Partes de la concentración reduzcan la competencia en los mercados ascendentes de cacao y que los incentivos para que Cargill renueve el acuerdo son demasiado bajos para plantear problema de competencia.

Solapamientos horizontales en cobertura y rellenos a base de grasas/sucedáneo de chocolate

(28) La cuota de mercado combinada de las Partes en cobertura y rellenos a base de grasas y de sucedáneo de chocolate sigue siendo modesta y solo da lugar a dos mercados afectados con cuotas de mercado de alrededor del 30 % (con incrementos limitados en las cuotas de mercado por debajo del 5 % y por debajo del 10 %, respectivamente). Los resultados de la investigación de mercado no aportaron pruebas de que hubiera problemas de competencia en cuanto a la cobertura y rellenos a base de grasas o al sucedáneo de chocolate específicamente.

Conclusión

(29) La Comisión considera que la operación obstaculiza significativamente la competencia efectiva en el mercado del chocolate industrial vendido a clientes en Alemania y a clientes situados en las zonas de solapamiento de las zonas de captación de la fábrica de ADM en Mannheim/Alemania y las fábricas de Cargill en Alemania.

(30) La operación no obstaculiza significativamente la competencia efectiva en los mercados de: i) chocolate industrial vendido a clientes situados en las zonas de solapamiento de las zonas de captación de las fábricas de ADM y Cargill en Bélgica, Francia y el Reino Unido, ii) productos semielaborados de cacao y iii) sucedáneo de chocolate.

D. **COMPROMISOS**

Descripción de los compromisos

(31) Las Partes presentaron modificaciones de la operación el 4 de mayo de 2015 («los compromisos de 4 de mayo de 2015») para resolver los problemas de competencia detectados por la Comisión. Con arreglo a los compromisos de 4 de mayo de 2015, Cargill propone vender la fábrica de chocolate industrial de ADM en Mannheim (Alemania) a un comprador adecuado. La fábrica de Mannheim es la mayor fábrica europea de chocolate industrial de ADM. Es la única fábrica de chocolate industrial de ADM en Alemania.

(32) Los compromisos de 4 de mayo de 2015 incluyen un acuerdo de suministro que se celebrará a elección del comprador con Olam o ADM, dependiendo de quién sea entonces el propietario del negocio de cacao de ADM, o con Cargill. Dichos compromisos no incluyen derechos de propiedad intelectual e industrial, los contratos relativos a la producción de especialidades de chocolate ni los contratos con clientes en la medida en que los volúmenes no sean totalmente producidos en la fábrica de Mannheim. Además, los compromisos de 4 de mayo de 2015 tampoco incluyen criterios sobre ningún comprador específico que exijan que el comprador tenga conocimientos específicos de la cadena de valor del cacao y el chocolate.

Evaluación de los compromisos

(33) Los compromisos de 4 de mayo de 2015 eliminarían prácticamente por completo el solapamiento de las ventas en Alemania y la zona en la que se constataron los problemas de competencia y, por tanto, resolverían los problemas derivados de los solapamientos horizontales entre las actividades de las Partes en estas zonas. Por consiguiente, la mayoría de las respuestas a las pruebas de mercado consideraron que los compromisos de 4 de mayo de 2015 eliminarían los problemas de competencia planteados por la operación.

(34) No obstante, sobre la base de los resultados de la prueba de mercado y su evaluación, la Comisión consideró que los compromisos de 4 de mayo de 2015, planteaban problemas principalmente en los siguientes aspectos:

a) el negocio de especialidades de chocolate quedaba excluido de la venta;

b) los criterios sobre el comprador no exigían que este tuviera conocimientos específicos de la cadena de valor del cacao y el chocolate;

c) el acuerdo de suministro no daba suficiente flexibilidad al comprador en términos de volúmenes adquiridos y cambios de volúmenes de un año a otro.

(35) Las Partes presentaron unos compromisos modificados el 22 de mayo de 2015 que resolvían adecuadamente estas cuestiones.

(36) Por consiguiente, en su Decisión la Comisión concluye que, sobre la base de los compromisos de 22 de mayo de 2015, la concentración notificada no obstaculizará significativamente la competencia efectiva en el mercado del chocolate industrial vendido a clientes en Alemania o a clientes situados en las zonas de solapamiento de las zonas de captación de la fábrica de ADM en Mannheim/Alemania y las fábricas de Cargill en Alemania.

IV. **CONCLUSIÓN**

(37) Por todo lo expuesto, la Decisión concluye que la concentración propuesta no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo, siempre y cuando Cargill cumpla los compromisos de 22 de mayo de 2015.

(38) Por consiguiente, la concentración debe declararse compatible con el mercado interior y el funcionamiento del Acuerdo EEE, de conformidad con el artículo 2, apartado 2, y el artículo 8, apartado 2, del Reglamento de concentraciones y con el artículo 57 del Acuerdo EEE.