

**C L I F F O R D**  
**C H A N C E**

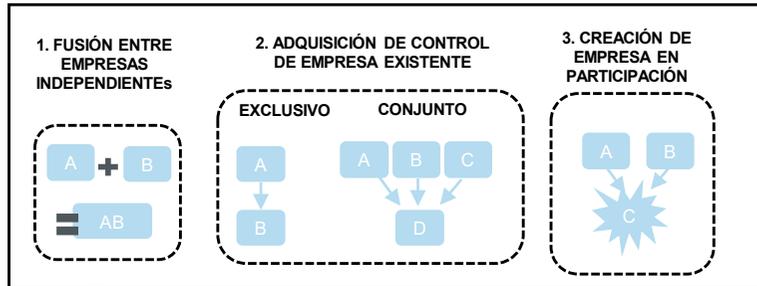
**PROJECT HAWAII / PINK -02 & VIRGIN MEDIA – MERGER CONTROL**

**MASTERCLASS UNAV - SUMMER COURSE 2020**

25 DE JUNIO DE 2020

# CONTROL DE CONCENTRACIONES INTRO

## CONCENTRACIÓN



Cambia la "foto" o la estructura del mercado



Si superan ciertos "umbrales"

## SOMETIDAS A AUTORIZACIÓN PREVIA

AUTORIDADES NACIONALES DE COMPETENCIA (ANCs)

ONE STOP SHOP

COMISIÓN EUROPEA



Autorité de la concurrence (France)



Umbral de volumen de ventas, de cuota de mercado y/o de valor de activos

Umbral general:

- Mundial > 5.000 millones (conjuntamente)
- EEA > 250 millones (al menos dos individualmente)

Umbral minorado:

- Mundial > 2.500 millones (conjuntamente)
- EEA > 100 millones (al menos dos individualmente)
- 3 EEMM > 100 millones (conjuntamente) y > 25 millones (al menos dos individualmente)

"Getting the deal through" contiene información muy útil de todas las jurisdicciones

Mecanismos de remisión entre ANCs y Comisión Europea (en ambos sentidos)

## OBLIGACION DE SUSPENSIÓN



Multas por *gun jumping* – adelantarse a la señal de salida



Impacto significativo en timeline:

- 1ª fase – 25 – 35 días
- 2ª fase – 90 – 105 días

## MARCO ANALITICO

### 1. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS DE COMPETENCIA

¿ADQUIEREN LAS PARTES PODER DE MERCADO PARA ELEVAR PRECIOS SIN TENER QUE RECURRIR A UN COMPORTAMIENTO COORDINADO?

EFFECTOS HORIZONTALES:

Se adquiere una empresa que compete en el mismo mercado eliminándose importantes presiones competitivas

EFFECTOS VERTICALES:

Se produce una integración con un cliente o un suministrador importante, cerrándose el mercado a otros competidores presentes en estos mercados

EFFECTO CONGLOMERADO:

Adquisición de un mix de productos único que puede tener por efecto el cierre de mercado a otros competidores

¿SE CREA O SE REFUERZA LA POSIBILIDAD DE COLUSIÓN?

Una fusión en un mercado concentrado (oligopolio) puede

- Aumentar la probabilidad de que las empresas puedan coordinar su comportamiento y subir los precios; o
- Facilitar o hacer más estable la coordinación entre empresas que ya se coordinaban antes de la concentración.

### 2. POSIBLES JUSTIFICACIONES

¿EFFECTOS PERJUCIALES?



¿EFICIENCIAS?

Ahorros de costes  
Nuevos productos  
Mayor innovación  
...

Los beneficios deben trasladarse al consumidor

### 3. NEGOCIACIÓN DE COMPROMISOS

¿SE PUEDE "RETOCAR" LA FOTO?

Compromisos **estructurales** (desinversión)

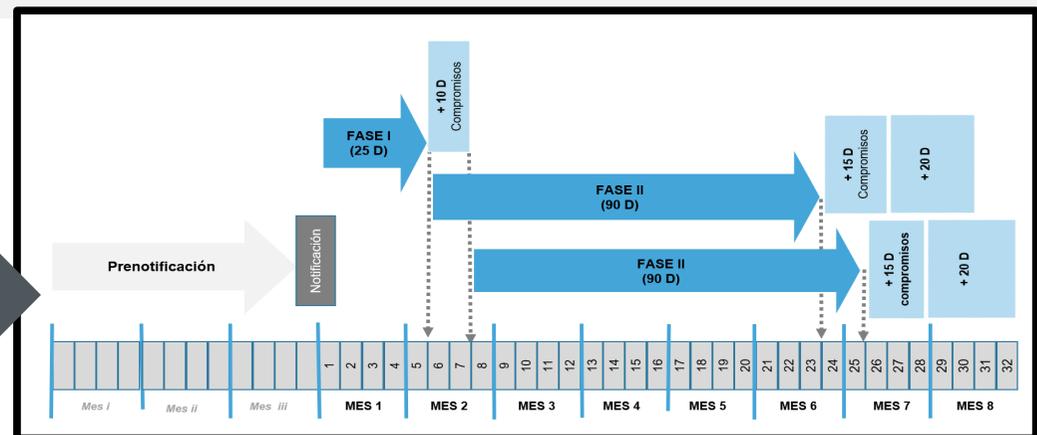
Compromisos de **comportamiento** (obligación de acceso, suministro, de aplicación de determinado nivel de precios, etc.)

### 4. DECISIÓN FINAL

AUTORIZACIÓN INCONDICIONADA

AUTORIZACIÓN CONDICIONADA

PROHIBICIÓN



# O2/VIRGIN MEDIA

## TELECOMUNICACIONES – REINO UNIDO



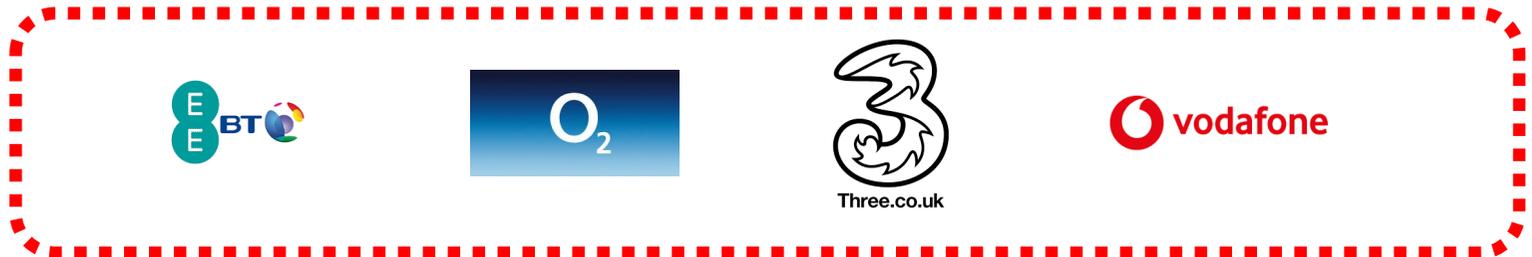
	O2	Virgin Media	BT	Vodafone	Three	Sky	TalkTalk
TELEFONÍA MÓVIL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
TELEFONÍA FIJA		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
BANDA ANCHA		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
TELEVISIÓN DE PAGO		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/> 	<input checked="" type="checkbox"/>

*¿Alguna diferencia con el mercado español?*

# O2/VIRGIN MEDIA

# TELEFONÍA MÓVIL - REINO UNIDO

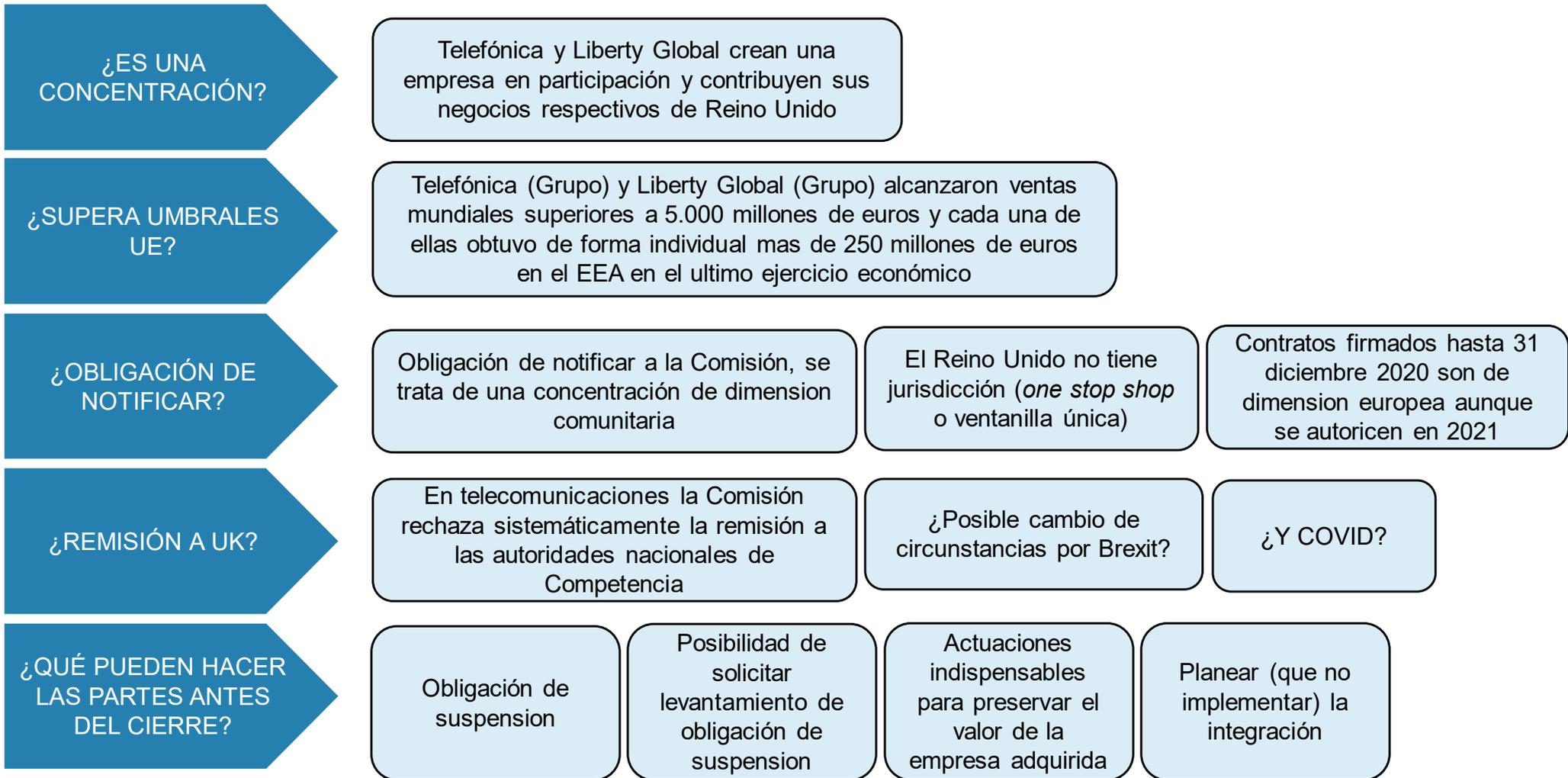
**OMR**  
Operadores móviles de red



**OMV**  
Operadores móviles virtuales



# O2/VIRGIN MEDIA



## O2/VIRGIN MEDIA

### Evaluación sustantiva.....”*No magic number to dial*”

#### EFFECTOS HORIZONTALES

- ¿Competen las partes en algún mercado?
- ¿Alcanzan las partes una posición de dominio?
- ¿Podría producirse algún problema incluso si las partes no alcanzan una posición de dominio como consecuencia de la operación?
- ¿Hay algún precedente donde se haya producido una operación en Reino Unido?
- ¿Nos encontramos en una situación similar? ¿por qué?

#### EFFECTOS VERTICALES

- ¿Se encuentran las partes presentes en mercados ascendentes o descendentes respecto de su ámbito de actividad?
- ¿Son las partes suministradores y clientes o podrían serlo?
- ¿Puede la operación dar lugar a la expulsión del mercado de un competidor presente en los mercados ascendentes o descendentes citados?

#### EFFECTOS CONGLOMERADO

- ¿Acceden las partes como consecuencia de la operación a un mix de productos irreplicables por sus competidores?
- ¿existe riesgo de que se produzca un cierre de mercado por la imposibilidad de replica los productos ofertados por el JV?

#### EFICIENCIAS

- ¿Genera la operación eficiencias económicas? sinergias por ahorros de red, mejores productos (inversión en despliegue, ofertas convergentes), innovación, etc.
- ¿Se trasladan estas eficiencias al consumidor final?