

Hojiblanca confía en que informe final de la CNC sobre fusión sea favorable

Noticias

Hojiblanca dispone de un plazo de dos meses desde la notificación del CNC para presentar sus alegaciones y aportaciones, que ya trabajan en la respuesta.

El grupo aceitero Hojiblanca confía en que el **Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC)** emita finalmente un informe favorable a la operación de concentración con Deoleo, después de que haya indicado que la fusión "es susceptible de tener efectos sobre la competencia" en el mercado español.

Fuentes de Hojiblanca han señalado que disponen de un plazo de dos meses desde la notificación del CNC para presentar sus alegaciones y aportaciones, y han añadido que ya trabajan en la respuesta.

En la cooperativa andaluza esperan que la operación pueda llevarse a cabo con éxito, de forma que los agricultores "puedan participar en la cadena de valor".

En cualquier caso, el comunicado de la CNC demorará la operación con Deoleo, según Hojiblanca, que preveía que el acuerdo con Deoleo se pudiera ratificar en enero.

Según el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia, la operación refuerza el liderazgo de Deoleo en el mercado mayorista de marca blanca de aceite virgen y virgen extra en la Península y Baleares y en las Islas Canarias, con una cuota conjunta muy superior a la del siguiente competidor.

La operación de concentración consistía en la toma de control exclusivo por parte de Deoleo de la actividad de envasado y distribución del aceite de oliva virgen extra bajo la marca "Hojiblanca", propiedad de la sociedad del mismo nombre.

Como consecuencia del acuerdo, Hojiblanca suscribiría el 9,63 por ciento del capital social de Deoleo, que no le otorgaría ningún derecho de veto, ni de control.

Según el Consejo de la CNC, la operación supone para Deoleo la eliminación de una fuente de presión competitiva al comprar la marca de aceite de oliva virgen "Hojiblanca", que cuenta con cuotas de mercado significativas y que, con carácter previo a la operación, correspondía a un grupo verticalmente integrado.

Apunta que, en la medida en que la cartera de productos de reconocidas marcas de Deoleo pudiera considerarse de necesaria adquisición y que terceros no los pudieran replicar, "el envasador de aceite de oliva podría ejercer una influencia sobre el distribuidor al no poder prescindir éste de ciertas marcas en sus lineales".

A ello se añade "el riesgo de que, dada la tendencia de la gran distribución a limitar el número de referencias de marcas de fabricante, la operación pudiera conllevar a medio plazo la desaparición de competidores más pequeños limitándose la oferta disponible".

Redacción