

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**EXPEDIENTE C/1174/21 ACCIONA MOBILITY/SCUTUM**

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 9 de marzo de 2021 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia notificación de la concentración consistente en la adquisición indirecta del control exclusivo de Scutum Logistic, S.L. (en adelante, SCUTUM) por parte de Acciona Mobility Global, S.L. (en adelante, ACCIONA MOBILITY).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), por superar el umbral establecido en la letra a) del artículo 8.1. 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.
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **9 de abril de 2021**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.
- (4) En diferentes fechas, que se indicarán a continuación, la Dirección de Competencia ha mantenido varias entrevistas telemáticas con las Partes de la Operación y con tres competidores de la adquiriente con el fin de entender mejor los mercados afectados y cómo les repercutirá la presente concentración: ACCIONA MOBILITY y SCUTUM (23 de febrero de 2021); los competidores en el negocio de moto-sharing: COOLTRA (3 de marzo de 2021), SEAT MÓ (5 de marzo de 2021) y MOVO (16 de marzo de 2021). De dichas entrevistas se levantaron sendas actas incorporadas al expediente.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (5) La operación de concentración consiste en la adquisición de control exclusivo de SCUTUM por parte de ACCIONA MOBILITY.
- (6) La operación se ha formalizado mediante la firma de un Contrato de Compraventa de Participaciones Sociales (en adelante, CCPS) suscrito en fecha 30 de diciembre de 2020 y que implica la adquisición del [...] %¹ del capital social de SCUTUM. Una vez completada la Operación, ACCIONA MOBILITY ejercerá control exclusivo sobre SCUTUM según lo estipulado por el Acuerdo de Inversión y de Socios de SCUTUM² (en adelante, ASS).

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (7) El CCPS incluye en sus cláusulas 12 y 13 acuerdos de no competencia, no captación y de confidencialidad. Además, el ASS, firmado con anterioridad a la formalización del CCPS, contiene en sus cláusulas 11 y 15 acuerdos de no competencia y de confidencialidad.

¹ Titularidad de Repsol, Innvierte, AGAM y La Caixa.

² Suscrito, en fecha 29 de diciembre de 2020, por parte de ACCIONA MOBILITY, SCUTUM y el resto de socios de SCUTUM. [...].

Cláusulas de no competencia y de no captación

- (8) La Cláusula 12 del CCPS contempla dos obligaciones de no competencia y de no captación con arreglo a las cuales:
- Durante un periodo de [<2] años a partir del cierre de la Operación, los Vendedores deberán abstenerse de participar en cualquier negocio relacionado con el desarrollo o comercialización de vehículos eléctricos, a excepción de su participación como accionistas minoritarios.
 - Durante un periodo de [<2] años a partir del cierre de la Operación, los Vendedores deberán abstenerse de persuadir o inducir a cualquiera de los clientes, proveedores, empleados, directivos, distribuidores o suministradores de SCUTUM para que rescindan la relación contractual que mantienen con la empresa.
- (9) El ASS contiene, en su cláusula 11, una obligación en virtud de la cual Don Carlos Sotelo y su sociedad controlada Cayac Sports³ no desarrollarán directa o indirectamente actividad, tarea ni función alguna que sea competitiva, directa o indirectamente, con la actividad de SCUTUM. [...]. Esta obligación se mantendrá en vigor durante la duración del Acuerdo de Socios de SCUTUM y por un plazo [<3] años a contar desde la terminación de su relación societaria y/o profesional, directa o indirecta, con SCUTUM.

Cláusulas de confidencialidad

- (10) La cláusula 13 del CCPS contiene una obligación de confidencialidad en virtud de la cual, durante un periodo de [>3] años desde el cierre de la Operación, las partes están obligadas a tratar de manera confidencial y a no revelar ni utilizar cualquier información relativa al Acuerdo de Compraventa, a SCUTUM o a su negocio.
- (11) Del mismo modo, el ASS (cláusula 15) dispone que los socios estarán obligados a tratar de manera confidencial y a no revelar ni utilizar cualquier información relativa al Acuerdo de Socios, a SCUTUM o a su negocio mientras sean socios, directos o indirectos, empleados y/o prestadores de servicios a favor de la Sociedad, así como durante un plazo de [<3] años a contar desde la terminación de su relación societaria y/o profesional, directa o indirecta, con la Sociedad.

Valoración

- (12) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (en adelante, LDC), establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*. 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), en adelante, la Comunicación) considera que, *“para obtener el valor íntegro de los activos transferidos, el comprador debe gozar de algún tipo de protección frente a la competencia del vendedor que le permita fidelizar la clientela y asimilar y explotar los conocimientos técnicos”*.
- (13) Además, según la Comunicación, *“las cláusulas inhibitorias de la competencia han de limitarse a los productos (incluidas las versiones mejoradas y las actualizaciones*

³ Antiguos socios mayoritarios de SCUTUM, ahora titulares del [...] % de las acciones de SCUTUM

de productos y los modelos sucesivos) y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa traspasada. Cabe incluir aquí los productos y servicios que se hallen en una fase avanzada de desarrollo en el momento de la transacción y los productos que ya estén totalmente desarrollados, pero todavía no se hayan comercializado. No se considera necesario proteger al comprador de la competencia del vendedor en aquellos mercados de productos o de servicios en los que la empresa traspasada no operase antes del traspaso” (párrafo 23).

- (14) También, la Comunicación señala que *“las cláusulas inhibitorias entre comprador y vendedor de la competencia están justificadas por un periodo máximo de tres años cuando la cesión incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos, mientras que cuando solo incluye el fondo de comercio estaría justificada por un periodo de dos años.”*
- (15) Por otra parte, la Comunicación establece que las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a adquirir o tener acciones en una empresa que compita con la empresa cedida se considerarán directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en las mismas condiciones que las cláusulas inhibitorias de la competencia, salvo que impidan que el vendedor adquiera o tenga acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora.
- (16) Asimismo, la comunicación establece que las cláusulas inhibitorias de la competencia entre una empresa en participación y las empresas matrices que no ejercen el control de la misma no están directamente vinculadas a la realización de la concentración y no son necesarias a tal fin, siendo aplicable el mismo criterio en el caso de las cláusulas de no captación y de confidencialidad entre empresa en participación y empresas matrices que no ejercen control.
- (17) En relación con las cláusulas de no captación y de confidencialidad, la Comunicación determina que las cláusulas de no captación, que tienen un efecto comparable al de las cláusulas inhibitorias de la competencia, y las cláusulas de confidencialidad entre comprador y vendedor, se evalúan de forma similar a las de no competencia.
- (18) A la vista de lo anterior, y teniendo en cuenta lo establecido en la citada Comunicación y en precedentes anteriores, se considera que, en relación a la cláusula de no competencia recogida en el CCPS, si bien su duración entra dentro de lo razonable para la consecución de la operación, su contenido, en lo que se refiere a la limitación a la participación de los vendedores en negocios de fabricación de vehículos eléctricos distintos de los que desarrolla y/o fabrica actualmente la adquirida, va más allá de lo razonable, no considerándose ni necesaria ni accesoria a la misma, y quedando sujeta a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (19) En lo referido a la cláusula de no captación recogida en el CCPS, tanto su contenido como su duración se consideran razonables para la consecución de la Operación, y, por tanto, accesoria a la presente Operación.
- (20) En cuanto a las obligaciones de confidencialidad contenidas en el CCPS se valoran únicamente las obligaciones que afectan a los vendedores relacionadas con el negocio transferido y su desarrollo. Una vez aclarado esto, se considera, en cuanto a su contenido, que las citadas obligaciones de confidencialidad de los vendedores entran dentro de lo razonable para la consecución de la presente operación de

concentración, considerándose por tanto necesarias y accesorias a la misma. Sin embargo, en lo que respecta a su duración, todo lo que exceda de los tres años previstos en la Comunicación para este tipo de obligaciones va más allá de lo razonable, no considerándose ni necesario ni accesorio a la operación y quedando, por tanto, sujeto a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

- (21) Por lo que respecta a las cláusulas de no competencia y de confidencialidad recogidas en el ASS, en línea con lo que establece la citada Comunicación respecto a este tipo de cláusulas y en la medida que afectan a los socios minoritarios que no ejercen el control de SCUTUM, no se considera que estén directamente vinculadas a la realización de la concentración, no considerándose ni necesarias ni accesorias, quedando por tanto sujetas a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

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

- (22) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1b) de la LDC.
- (23) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (24) La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de la Autoridad de Competencia de España.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. ACCIONA MOBILITY GLOBAL, S.L. (ADQUIRENTE)

- (25) ACCIONA MOBILITY es una sociedad controlada por ACCIONA, S.A. (ACCIONA), una de las principales empresas españolas del IBEX 35 con presencia en más de 40 países contando con actividades en dos grandes líneas de negocio: (i) Energía eólica, solar, fotovoltaica, hidráulica, biomasa y termo-solar e (ii) Infraestructuras.
- (26) ACCIONA MOBILITY presta servicios de *moto-sharing*, poniendo a disposición de los usuarios de scooters eléctricos para su alquiler y utilización compartida en cualquier punto de un área urbana delimitada. Los usuarios, por su parte, pueden alquilarlas a ACCIONA MOBILITY a través de una aplicación móvil de geolocalización (*Acciona Movilidad*) instalada en su teléfono móvil. En la actualidad, ACCIONA MOBILITY emplea únicamente scooters eléctricos fabricados por SCUTUM.
- (27) Según la notificante, la facturación de ACCIONA en 2019, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ACCIONA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>5.000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

V.2. SCUTUM LOGISTIC, S.L. (ADQUIRIDA)

- (28) SCUTUM es una empresa española, con sede social en Esplugas de Llobregat, Barcelona, dedicada al diseño, desarrollo y fabricación de scooters eléctricos y de baterías portátiles recargables realizadas con tecnología propia, operando bajo la marca “*Silence*”.
- (29) SCUTUM lanzó su primer scooter eléctrico en el año 2014 y actualmente comercializa tres modelos distintos: S01, S02 y S03 con más de [...] unidades vendidas en total. SCUTUM únicamente vende scooters eléctricos en España para servicios de *moto-sharing* a ACCIONA MOBILITY⁴ y a la filial de *moto-sharing* de SEAT⁵, SEAT MÓ.
- (30) La facturación conjunta de SCUTUM en 2019, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE HI-TECH (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<100]	[<60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1. Mercados de producto

- (31) Los sectores afectados por la Operación son dos: (i) fabricación de scooters eléctricos (código NACE G.45.40 Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios) y (ii) prestación de servicios de movilidad urbana (código NACE H.49.31 Transporte terrestre urbano y suburbano de pasajeros).
- (32) Las Partes están presentes en actividades verticalmente relacionadas, así SCUTUM está presente en la actividad de fabricación de scooters eléctricos que son adquiridos por ACCIONA MOBILITY (junto a otros componentes) para la prestación de servicios de movilidad urbana al usuario final (mercado aguas abajo).

Fabricación de scooters eléctricos

- (33) Un scooter eléctrico es una motocicleta que utiliza un motor eléctrico con batería como medio de propulsión. Las baterías que emplean son de ácido-plomo o de litio. Las primeras son las más económicas, teniendo una vida útil de hasta 700 ciclos completos, mientras que las segundas soportan entre 1.500 y 2.000 ciclos.
- (34) Las motocicletas eléctricas necesitan ser conectadas a una toma de corriente convencional para que la batería sea recargada, pues la autonomía máxima de una

⁴ [...]

⁵ [...].

motocicleta eléctrica suele situarse entre 50 y 100 km, en función del modelo y, en particular, del modelo de batería empleado.

- (35) No existen precedentes nacionales o comunitarios que definan en detalle el mercado de la fabricación y venta de scooters eléctricos. Sin embargo, en el asunto M.8449 Peugeot/Opel⁶, la Comisión Europea evaluó si los automóviles eléctricos constituían un mercado separado dentro del mercado general de automóviles⁷. Pese a que en este asunto se dejó la definición de mercado abierta, la Comisión sí destacó determinados factores que apoyaban esta definición de mercado para los automóviles eléctricos que podrían ser aplicables, según la notificante, a los scooters eléctricos: *“los consumidores destacaron la diferencia en precio de los coches eléctricos y los coches propulsados por motor de combustión y añadieron que la capacidad actual de las baterías y la falta de infraestructura de carga limitan el uso de coches eléctricos de recarga por batería”*⁸.
- (36) Así, podría definirse un mercado separado para los scooters eléctricos a la vista de que, al igual que los automóviles eléctricos, disponen de una capacidad de carga limitada en comparación con las motocicletas que emplean un motor de combustión y, además, las motocicletas de combustión presentan un precio de media un 30% más competitivo que los scooters eléctricos.

Servicios de movilidad urbana

- (37) No se dispone de precedentes nacionales que analicen en detalle la prestación de servicios de movilidad urbana. Sin embargo, en el precedente comunitario M.8744 Daimler/BMX/Car Sharing JV⁹, se analizó el mercado general de movilidad urbana¹⁰ y, en particular, el segmento de mercado de *car-sharing* que guarda alguna relación con el segmento de *moto-sharing* en el que está presente ACCIONA MOBILITY.
- (38) Entiende la notificante que algunas de las consideraciones utilizadas por la Comisión Europea para segmentar el mercado de servicios de *car-sharing* son aplicables también a los servicios de *moto-sharing*¹¹. Así, los servicios de *moto-sharing* (i) requieren una tecnología propia (i.e. aplicación móvil que permite desbloquear el scooter y completar el viaje¹²), (ii) ofrecen mayor privacidad que los servicios de *ride hailing* / taxi ya que no requieren conductor (iii) el servicio de *moto-sharing* no dispone de un itinerario y horario fijo como el transporte público (iv) los scooters no ofrecen la misma comodidad que los automóviles, y (v) la compra y el mantenimiento de un

⁶ Decisión de la Comisión Europea de 5 julio de 2017

⁷ Incluso consideró si el posible mercado de automóviles eléctricos podría segmentarse en mayor medida en función de la tecnología -híbridos vs eléctricos- o las categorías generales aplicadas a los automóviles que emplean motor de combustión

⁸ Traducción propia del texto original: *“Customers emphasised the price difference between electric cars and combustion engine powered cars and added that currently the capacity of the batteries and the lack of charging infrastructure limit the use of battery electric cars”*

⁹ Decisión de la Comisión Europea de 7 de noviembre de 2018.

¹⁰ Anteriormente, la Comisión analizó y definió este sector en los precedentes M.8441 – Firstgroup/MTR Corporation/South Western Rail Franchise y M.7146 – Govia/Thameslink, Southern and Great Northern Passenger Rail Franchise

¹¹ No obstante, la segmentación realizada en el precedente mencionado en relación a servicios de *car-sharing* en estaciones fijas y los de libre disposición no es aplicable a los servicios de *moto-sharing*, puesto que no existen estos servicios en estaciones fijas en España.

¹² Tanto los servicios de *car-sharing* como de *moto-sharing* son servicios de alquiler de vehículos/motos en el que los usuarios recogen y entregan los mismos por sí mismos sin necesidad de interactuar con los empleados de la empresa de alquiler. El usuario solo tiene que descargarse la aplicación (distinta y diferenciada según el servicio y el operador del mismo) en su teléfono, y una vez validado el usuario por el sistema, la aplicación le permite ubicar los vehículos/moto a su disposición en una zona urbana a través de una herramienta de geolocalización, alquilar el vehículo/moto para un corto desplazamiento de tiempo en un área determinada, estacionarlo en esa área y pagar por el servicio a través de una sola aplicación y sin necesidad de mantener contacto con el proveedor.

scooter requiere una inversión mucho mayor al precio de los servicios de *moto-sharing*.

- (39) En cualquier caso, a los efectos de la presente operación, la definición de mercado puede dejarse abierta ya que la misma no da lugar a problemas de competencia cualquiera que sea la misma, analizándose los siguientes mercados: i) mercado de fabricación y comercialización de scooters eléctricos, en el que solo está presente la adquirida; ii) el mercado de prestación de servicios de movilidad urbana, en coherencia con los análisis llevados a cabo por la Comisión Europea¹³ y dentro de este, iii) el mercado estrecho de prestación de servicios de movilidad urbana mediante *moto-sharing*, en el que solo está presente la adquirente.

VI.2 Mercados geográficos

- (40) Diversos expedientes comunitarios y nacionales¹⁴ han definido el mercado de fabricación de motocicletas de combustión como de dimensión europea, debido a la ubicación de las plantas de los fabricantes, al territorio cubierto por la garantía de postventa y a la reglamentación técnica sectorial a nivel comunitario que permitiría afirmar que existe un mercado común unificado sin que existan barreras técnicas administrativas de carácter nacional.
- (41) Sin embargo, alguno de los precedentes nacionales¹⁵ ha señalado que existen diferencias con respecto a los precios, impuestos, sistemas de distribución y tasas de intercambio comercial entre los países de la UE, lo que apuntaría a la existencia de un posible mercado de dimensión nacional.
- (42) No obstante, según han manifestado diferentes operadores consultados presentes en el mercado aguas abajo de *moto-sharing*, el mercado de fabricación de scooters eléctricos sería de carácter europeo, e incluso mundial, dado que la mayoría de los actores nacionales e internacionales presentes en *moto-sharing* se abastecen de scooters eléctricos provenientes de países europeos, especialmente Italia (ASKOLL) y Alemania (GOVECS) y de países asiáticos, sobre todo China (NIU, SOCO) y Taiwán (GOGORO)¹⁶. De hecho, uno de los competidores de ACCIONA MOBILITY y que se suministra de scooters chinas, ha manifestado que esta elección compensa por razones tecnológicas y de precio, a pesar de que el tiempo de envío de piezas de repuesto es superior al de fabricantes europeos.
- (43) Por otro lado, respecto al mercado de servicios de *moto-sharing*, en el expediente comunitario señalado anteriormente¹⁷, la Comisión Europea indicó que el mercado general que engloba todos los servicios de transporte de pasajeros posee una dimensión local a nivel ciudad, en línea con los resultados de la investigación preliminar de mercado realizada en este caso.

¹³ M.8449 Peugeot/Opel y M.8744 Daimler/BMX/Car Sharing JV

¹⁴ M.1754 Morgan Grenfell/Piaggio; N-143 PIAGGIO/DERBI

¹⁵ Véase el expediente de concentración N-03055 IMMSI/PIAGGIO y el expediente sancionador S/0280/10 SUZUKI/HONDA

¹⁶ A modo de ejemplo, en las entrevistas, se ha citado que varios de los nuevos operadores del municipio de Barcelona, se han dirigido directamente a fabricantes asiáticos para suministrarse de motos fabricadas en China y también se ha remarcado que el fabricante más poderoso, NIU, posee una red de distribución a nivel mundial muy consolidada.

¹⁷ M.8744 Daimler/BMX/Car Sharing JV

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Mercado de fabricación de scooters eléctricos

VII.1.1. Estructura de la oferta

- (44) La estructura de la oferta en el mercado de fabricación y venta de scooters eléctricos se caracteriza por contar con varios fabricantes mundiales que comercializan estas motocicletas eléctricas tanto a particulares como a diversas empresas de movilidad urbana. En el caso de venta a particulares, se trata de un negocio incipiente no comparable en dimensión con el mercado de venta de motocicletas de combustión.
- (45) Existen varios fabricantes nacionales de scooters eléctricos como la adquirida, SCUTUM y también TORROT, compañía española que se dedica a la fabricación de bicicletas y ciclomotores eléctricos que vende sus motos eléctricas a Muving, un servicio de motosharing español.
- (46) Además, operan en España la empresa alemana GOVECS¹⁸, la italiana ASKOLL actual proveedora de COOLTRA y la china NIU¹⁹, principal proveedor mundial de soluciones de movilidad urbana sostenible e inteligente y de MOVO en España. Por último, los fabricantes GOING GREEN, BMW y GÓGORO (Taiwán) también tienen presencia en España.
- (47) La investigación de mercado confirma que existen suficientes alternativas en el mercado para el suministro de scooters eléctricas para *moto-sharing*, entre otros NIU, GOVECS, ASKOLL y SOCO, contando con una capacidad sobrante significativa por parte de todos ellos, y suficiente para atender la demanda actual de SCUTUM en caso de un hipotético incremento de precios tras la operación. Además, los operadores taiwaneses y chinos, están en clara disposición de ir ganando cuotas de mercado cada vez mayores. En este sentido, varios operadores señalan, al competidor chino NIU cuya capacidad es capaz de absorber la totalidad de pedidos provenientes de Europa, de EEUU además de los del mercado asiático²⁰.
- (48) Por su parte, SCUTUM cuenta con una capacidad total de producción aproximada de [...] unidades al año, siendo actualmente su tasa de utilización de en torno un [...] %.
- (49) La investigación de mercado confirma que se trata de un mercado muy dinámico y en crecimiento, con nuevos competidores que han penetrado en el mercado español en los últimos años. Entre ellos, la suiza Qooder, las empresas chinas Supersoco y NIU o la estadounidense Zero Motorcycles²¹.
- (50) A continuación, se presentan las cuotas de mercado en volumen de SCUTUM en los últimos tres años en el mercado de fabricación y venta de scooters eléctricos a nivel nacional, aportadas por la notificante:

¹⁸ Con comercialización tanto en Estados Unidos como en 17 países europeos, incluido España donde ha proporcionado en el pasado scooters para el servicio de moto-sharing de Cooltra

¹⁹ Actualmente NIU diseña, produce y vende scooters eléctricos e inteligentes en más de 1.200 puntos de venta en Asia y Europa.

²⁰ Siendo la producción dirigida a mercados occidentales aún una parte minoritaria del total de sus ventas.

²¹ SEAT MÓ, indicó en la entrevista mantenida, que vende una moto eléctrica desde diciembre de 2020 en sus concesionarios si bien la misma es fabricada por SCUTUM, como modelo exclusivo bajo la marca SEAT.

MERCADO NACIONAL DE FABRICACIÓN Y VENTA DE SCOOTERS ELÉCTRICOS ²²						
	2018		2019		2020	
	Unidades	Cuota	Unidades	Cuota	Unidades	Cuota
SCUTUM	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%	[...]	[30-40]%
ASKOLL	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
GOGORO	-	-	[...]	[0-10]%	-	-
BMW	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
TORROT	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
GOING G.	-	-	[...]	[0-10]%	-	-
OTROS	[...]	[40-50]%	[...]	[20-30]%	[...]	[60-70]%
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: estimaciones de la notificante.

- (51) Según las estimaciones de las partes²³, sus cuotas de mercado a nivel europeo fueron del [0-10]% en 2018, del [10-20]% en 2019 y del [0-10]% en 2020.
- (52) Según la notificante, los principales factores que determinan la estructura de costes son los componentes de los vehículos eléctricos y, en especial, los componentes de las baterías. La escala de producción es un factor determinante en el nivel de costes, así como el grado de automatización/robotización, que inciden en el coste de la mano de obra directa. En base a ello, SCUTUM estima que el coste de componentes supone entre un [...] % de los costes totales de fabricación, seguido de un [...] % de mano de obra y el resto serían gastos en marca y otros gastos generales indirectos.
- (53) Por otra parte, explica la notificante, que SCUTUM opta por un scooter de 125cc frente al scooter de 50cc de sus competidores, con un nivel de calidad alto en los componentes (fundamentalmente el tipo de batería y su capacidad) que lleva aparejado un mayor coste y, por ello, un mayor precio al cliente final que los ofertados por NIU, ASKOLL o GOGORO²⁴.

VII.1.2. Estructura de la demanda, canales de distribución, precios.

- (54) La demanda de los scooters eléctricos viene dada principalmente por (i) grandes clientes corporativos entre los que existe poca dispersión, ya que adquieren un mayor volumen de scooters eléctricas para sus proyectos de movilidad urbana (B2C), y/o flotas corporativas (B2B) y (ii) los clientes finales²⁵ que adquieren una scooter eléctrica para su uso particular.
- (55) Se trata de un mercado con demanda en fase de expansión debido al aumento de la conciencia ecológica del usuario final, y la consolidación de la moto sharing como una forma de movilidad sostenible en el ámbito urbano. Por otra parte, el desarrollo

²² Según la notificante, se incluyen las categorías de scooters eléctricos L1e (hasta 50cc) y L3e (hasta 125 cc)

²³ Explica la notificante que la práctica totalidad de las ventas de SCUTUM se producen en países europeos, no disponiendo de datos de cuota de mercado a nivel mundial. Por otra parte, SCUTUM señala que no dispone de datos actualizados para todos los países del mercado europeo en la medida en que no existe una publicación que agregue los datos de matriculación de cada país. SCUTUM estima que el número de scooters eléctricas en 2020 ascendió a [...] unidades en los principales países europeos (Alemania, Italia, Reino Unido, España y Francia), con tasas de crecimiento del mercado del [...] % respecto de años anteriores en número de unidades, en base a lo cual ha realizado la estimación de sus cuotas a nivel EEE.

²⁴ En este sentido señala que su modelo Silence S01 con un precio por unidad de 6.000 euros se encuentra en el rango medio del mercado, estando por encima, el modelo C Evolution de BMW con un precio muy superior (15.700 euros/unidad), seguido del modelo GOS2.6 de GOVEC (6.222 euros/unidad).

²⁵ Actualmente SCUTUM dispone de una red de distribuidores / concesionarios / puntos de venta directa que distribuyen productos Silence focalizados en generar crecimiento orgánico de ventas para la marca en los próximos años.[...].

continuo de las prestaciones de las scooters eléctricas, ha contribuido a posicionar al *moto-sharing* como una opción atractiva dentro de la cartera de servicios disponibles en el mercado de movilidad urbana²⁶.

- (56) Según la notificante, los clientes valoran factores como el precio, la idoneidad del producto para su uso diario, la ergonomía del vehículo, su capacidad de propulsión y las características de conducción, siendo la capacidad de autonomía y la calidad del servicio técnico, dos factores especialmente valorados.
- (57) Dos de los tres competidores en la prestación de servicios de *moto-sharing*, señalan que dada la vida útil del producto (en torno a 8 años), y que la inversión en una flota de scooters eléctricas para servicios de moto sharing es importante, un cambio de producto/suministrador no puede hacerse en cualquier momento. En este sentido, consideran que un cambio de producto/suministrador sin haber amortizado las motos en propiedad, afectaría significativamente a la rentabilidad del negocio. Sin embargo, un cambio de suministrador a medida que se van amortizando las motos en propiedad, si sería factible sin incurrir en costes demasiado significativos. Solo uno de los competidores entrevistados considera que, incluso bajo este escenario, el cambio es difícil y costoso tanto por cuestiones de dificultad de mantenimiento de dos tipos de moto diferentes como por la dificultad a nivel usuario de manejar dos tipos de motos. Los otros dos competidores, sin embargo, no compartían esta visión.

VII.1.3. Barreras de entrada y competencia potencial

- (58) La notificante considera que las barreras de entrada al mercado no son significativas, más allá de la inversión económica inicial. Las barreras administrativas se limitan a la obtención de los pertinentes certificados del Ministerio de Industria, mientras que las barreras tecnológicas son bajas ya que los diferentes componentes de un scooter están disponibles a través de varios proveedores. Si bien existe la necesidad establecer una red de almacenamiento, distribución y servicios post venta en España, según la notificante, la empresa puede valerse de una red de proveedores independientes que facilitan dichos servicios en el mercado. Según la notificante, los acuerdos de exclusividad no son típicos en este sector.
- (59) Según la notificante, el dinamismo del mercado y la entrada de nuevos competidores, validan lo anteriormente indicado. Así, además de la entrada de un número considerable de empresas asiáticas (SUPERSOCO²⁷), la estadounidense Zero Motorcycles ha anunciado su intención de operar de manera directa en España. Y el fabricante español de bicicletas eléctricos REI tiene previsto lanzar un scooter eléctrico de más de 125cc próximamente.

VII.2. Mercado de servicios de movilidad urbana: *moto-sharing*

VII.2.1. Estructura de la oferta

- (60) En el mercado amplio de servicios de movilidad urbana, la oferta viene determinada por aquellos medios de transporte ofrecidos al usuario para realizar desplazamientos de corto recorrido, limitados a la dimensión de un núcleo urbano y sus alrededores, tales como metro, autobús, taxi, VTC, car-sharing y *moto-sharing*.

²⁶ Informe "Global Scooter Sharing Market Report 2019" establece una tasa de crecimiento para España del 52% en 2019 con una flota estimada de 13.520 scooters eléctricas.

²⁷ Según los operadores entrevistados, nuevos operadores de *moto-sharing* en Barcelona han ido a aprovisionarse de scooters eléctricos de otros fabricantes chinos hasta el momento desconocidos en el mercado

- (61) Hay que tener en cuenta que las cuotas de mercado de la *moto-sharing* con respecto a otras formas de movilidad no superan en ninguna ciudad el 3%, mientras que en el caso concreto del servicio de *moto-sharing* de ACCIONA MOBILITY son inferiores al 1% en todas las ciudades en las que prestó servicios de movilidad urbana en 2020.
- (62) En el caso concreto de los servicios de *moto-sharing*, se trata de un mercado en plena expansión, con un crecimiento del [...] % a nivel mundial y del [...] % a nivel español. La oferta está constituida por una serie de operadores presentes en las grandes ciudades españolas, europeas y mundiales. En España operan junto a ACCIONA MOBILITY, COOLTRA, MOVO, MUVING y YEGO.
- (63) En los siguientes cuadros se muestran las cuotas de mercado de 2020²⁸ en volumen de cada una de las ciudades donde opera ACCIONA MOBILITY:

MERCADO DE MADRID CIUDAD DE SERVICIO DE MOTO-SHARING 2020		
	Unidades	Cuota
ACCIONA MOBILITY	[...]	[40-50]%
COOLTRA	[...]	[20-30]%
MOVO	[...]	[10-20]%
MUVING (cesa sept)	[...]	[0-10]%
TOTAL	[...]	100%

Fuente: notificante

MERCADO DE BARCELONA ²⁹ CIUDAD DE SERVICIO DE MOTO-SHARING 2020		
	Unidades	Cuota
ACCIONA MOBILITY	[...]	[0-10]%
COOLTRA	[...]	[0-10]%
MOVO	[...]	[0-10]%
SEAT MÓ	[...]	[0-10]%
YEGO	[...]	[0-10]%
GECCO	[...]	[0-10]%
CITYSCOOT	[...]	[0-10]%
OIZ	[...]	[0-10]%
AVANT	[...]	[0-10]%
TUCYCLE	[...]	[0-10]%
IBERSCOT	[...]	[0-10]%
TOTAL	[...]	100%

Fuente: notificante

²⁸ Según la notificante, se trata de un mercado con cuotas muy volátiles, derivada de la entrada continua de nuevos competidores.

²⁹ Mercado en el que no existe la libre competencia por decisión política determinada desde el Ayuntamiento de esta ciudad.

MERCADO DE VALENCIA CIUDAD DE SERVICIO DE MOTO-SHARING 2020		
	Unidades	Cuota
ACCIONA MOBILITY	[...]	[30-40]%
YEGO	[...]	[20-30]%
MUVING	[...]	[0-10]%
COOLTRA	[...]	[20-30]%
TOTAL	[...]	100%

Fuente: notificante

MERCADO DE SEVILLA CIUDAD DE SERVICIO DE MOTO-SHARING 2020		
	Unidades	Cuota
ACCIONA MOBILITY	[...]	[40-50]%
YEGO	[...]	[20-30]%
MUVING	[...]	[20-30]%
TOTAL	[...]	100%

Fuente: notificante

- (64) En referencia a la estructura de costes, estos se centran en la adquisición de los scooters y de la plataforma tecnológica que soporta la app y el servicio de asistencia, junto con el servicio de mantenimiento de las motocicletas, sus repuestos y los recursos humanos necesarios. Los tres competidores han apuntado a que este mercado tiene unos costes de entrada liberalizados³⁰, por lo que la puesta en marcha de un negocio de moto-sharing con una flota inicial de [...] scooters supone una inversión de [...] millones. Además de la inversión en flota, es necesario el desarrollo tecnológico de una app para el servicio, además del back-office.

VII.2.2. Estructura de la demanda, canales de distribución, precios

- (65) La demanda de este tipo de servicios se concreta en el usuario final que encuentra en este tipo de movilidad su forma idónea de desplazamiento, siendo el perfil del cliente objetivo, personas jóvenes mayores de 16 años (sólo para el caso de scooters equivalentes a 50cc) y desde los 21 años para caso de operadores que como ACCIONA, ofrece scooters equivalentes a los 125cc³¹.
- (66) El usuario valora distintos factores como precio³², disponibilidad y densidad de la flota, servicios de asistencia técnica en caso de incidencia o las prestaciones del vehículo en carretera para scooters de 125cc.
- (67) Según la notificante, las tarifas de todos los operadores se establecen en precio por minuto, y sus tarifas se aplican por igual para todas las ciudades españolas en las que está presente situándose en el rango medio del mercado, en torno a los [...] euros por minuto.

³⁰ Salvo en el caso de Barcelona donde la entrada se realiza por licitación pública municipal sin números clausus

³¹ En este caso se requiere la tenencia de un carnet de conducir clase B1 y tres años de experiencia

³² Tarifas bases, descuentos por volumen de compra de minutos, etc.

VII.2.3. Barreras de entrada y competencia potencial

- (68) Según la notificante, no existen barreras significativas de entrada al mercado más allá de la inversión inicial y el servicio de mantenimiento de las motos, sin contar con barreras regulatorias o administrativas³³. La única excepción viene dada en la ciudad de Barcelona, donde las licencias de uso están tasadas y se ofertan periódicamente mediante licitación pública a 6 operadores, algunos sin experiencia previa en el sector como, por ejemplo: SEAT MÓ, TuCycle scooter Barcelona, Iberscot, OIZ, Avant Motosharing y Gecco Smart Mobility.
- (69) Además, según la notificante, Lime, participado por Uber, activo en bicis y patinetes, ha declarado recientemente el despliegue de servicios de *moto-sharing* en París con scooters de NIU (China) y Uber podría iniciar su entrada directa en *moto-sharing* para competir con su rival en car-sharing, Cabify a través de la aplicación Movo.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (70) La operación de concentración consiste en la adquisición del control exclusivo de la empresa fabricante de motocicletas eléctricas SCUTUM por parte de ACCIONA MOBILITY³⁴.
- (71) Los mercados afectados por la operación son los de (i) fabricación de motocicletas eléctricas en el que desarrolla sus actividades la adquirida, SCUTUM y (ii) prestación de servicios de movilidad urbana, en el que se encuentra la adquirente, ACCIONA MOBILITY, a través de sus servicios de alquiler de motocicletas eléctricas o *moto-sharing*.
- (72) Por tanto, no se da un solapamiento horizontal entre las Partes, pero sí vertical dado que SCUTUM se encuentra en un mercado relacionado aguas arriba (fabricación de scooters eléctricos) con el mercado en el que se encuentra ACCIONA MOBILITY (servicio de *moto-sharing*).
- (73) SCUTUM, primer productor nacional de scooters eléctricos, ostenta cuotas en los mercados nacional y europeo de fabricación de scooters eléctricos del [30-40]% y [0-10]%, respectivamente, por lo que, teniendo en cuenta que el mercado geográfico relevante es al menos europeo, la posición de SCUTUM no es significativa, confirmando la investigación de mercado que existen numerosos fabricantes alternativos con capacidad de producción suficiente para atender la demanda actual y esperada y disciplinar cualquier intento de subida de precios por parte de SCUTUM.
- (74) En el caso de ACCIONA MOBILITY, sus cuotas en los mercados locales de servicios de *moto-sharing* van desde el [0-10]% de Barcelona hasta el [40-50]% de Sevilla.
- (75) La operación no dará lugar a cambios significativos en el mercado toda vez que SCUTUM ya era, con anterioridad a la operación, el único proveedor de scooters eléctricos de ACCIONA MOBILITY, por lo que la operación dará lugar a una integración de la relación contractual vertical³⁵ anteriormente existente.

³³ Según las partes, y operadores entrevistados, cualquier operador puede iniciar su actividad siempre y cuando cuente con scooters eléctricos y una plataforma que le permita al usuario mediante una app el alquiler de la motocicleta

³⁴ Según los documentos de las presentaciones realizadas sobre la operación al Consejo de Administración de Acciona S.A., el objetivo de la presente concentración sería convertir a ACCIONA MOBILITY en un operador integral líder en servicios para la movilidad urbana, mediante, entre otros medios, la evolución del producto (scooters).

³⁵ Una integración vertical que, según un competidor entrevistado, tiene de positivo la seguridad y rapidez del suministro de scooters y sus repuestos pero que tiene también un aspecto negativo derivado de la rigidez que conlleva para ACCIONA MOBILITY al

- (76) Cabe señalar que ACCIONA MOBILITY no es el único cliente de SCUTUM, que también suministra sus scooters eléctricos a SEAT MÓ. No obstante, no se considera que la operación vaya a dar lugar a riesgos de bloqueo de insumos para los competidores de ACCIONA MOBILITY en los servicios de *moto-sharing*, dado que la entidad resultante no tendrá la capacidad, ni el incentivo económico, a limitar o bloquear el suministro de motocicletas eléctricas a sus competidores en el mercado de *moto-sharing*³⁶, debido a:
- La existencia de importantes competidores en el mercado de fabricación de motocicletas eléctricas con capacidad productiva sobrante y que suministran scooters a competidores de ACCIONA MOBILITY, como NIU, ASKOLL y SOCO.
 - Mercados en clara expansión, debido a la conciencia ecológica y al desarrollo de las prestaciones de los scooters eléctricos, sin barreras de entrada significativas.
 - Inexistencia de dificultades o costes significativos al cambio de proveedor de motocicletas eléctricas.
 - Inexistencia de incentivos económicos por las partes para suspender los contratos de suministro de motos de SCUTUM con los clientes actuales, para ganar posición en el mercado de servicios de *moto-sharing*³⁷, debido a que los márgenes de beneficios del negocio de fabricación y comercialización de motocicletas eléctricas son muy superiores a los que se obtienen en los servicios de *moto-sharing*.
 - En relación a SEAT MÓ, competidor de ACCIONA en *moto-sharing* en Barcelona y cliente de SCUTUM, ésta no ha manifestado preocupación alguna derivada de la presente operación. Por su parte, la documentación estratégica recabada confirma que el crecimiento del negocio de SCUTUM se basa en el crecimiento de la demanda de este otro cliente lo cual hace prever que se mantenga las relaciones comerciales con el mismo³⁸.
- (77) Por otro lado, tampoco dispondría ACCIONA MOBILITY de la capacidad de cerrar el acceso del resto de empresas fabricantes de motocicletas eléctricas, competidores de SCUTUM, a los clientes, empresas de *moto-sharing*, debido a que:
- No dispone de una cuota significativa en dicho mercado de *moto-sharing*.
 - No existen barreras de entrada significativas, de hecho, se trata de un mercado muy liberalizado donde, por ejemplo, en Madrid, sólo se requiere declaración de inicio de actividad.
 - Se trata de un mercado muy dinámico y en plena expansión en el que se está produciendo la entrada de nuevos operadores.
- (78) Por último, según la notificante, esta integración vertical traerá diversas eficiencias de costes debido a las economías de escala generadas por las compras conjuntas y

restringirse su elección de a un único suministrador, SCUTUM, y a los modelos que él fabrica. Frente a esto, el resto de operadores, se mueven con más libertad y flexibilidad sin estar atados para el futuro a un único fabricante de scooters.

³⁶ En este sentido, dos de los tres competidores de ACCIONA MOBILITY entrevistados no detecta riesgos derivados de la relación vertical entre las partes de la operación.

³⁷ Extremo éste confirmado durante las entrevistas celebradas tanto con ACCIONA MOBILITY como con SCUTUM, y de la información estratégica recabada.

³⁸ [...].

debido a un potencial ahorro al compartir y racionalizar las operaciones logísticas, los gastos generales de la operativa y el know-how.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en los mercados analizados, por lo que es susceptible de ser **autorizada en primera fase sin compromisos**.

IX. 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 **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) 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, se propone que queden fuera de la autorización:

- (i) El contenido de la cláusula de no competencia recogida en el CCPS en lo que se refiere a la limitación de la participación de los vendedores en negocios de fabricación de vehículos eléctricos distintos de los que desarrolla y/o fabrica actualmente la adquirida, va más allá de lo razonable, no considerándose ni necesaria ni accesoria a la misma, y quedando sujeta a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (ii) La duración de las obligaciones de confidencialidad contenidas en el CCPS que afectan a los vendedores relacionadas con el negocio transferido y su desarrollo, en todo lo que exceda de los (3) tres años previstos en la Comunicación, no considerándose accesorias a la operación de concentración, quedando por tanto dichas restricciones sujetas a la normativa sobre acuerdos entre empresas.
- (iii) Las cláusulas de no competencia y de confidencialidad recogidas en el ASS, en la medida que afectan a los socios minoritarios que no ejercen el control de SCUTUM, no considerándose ni necesarias ni accesorias, quedando por tanto sujetas a la normativa sobre acuerdos entre empresas.