

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1257/21 NEOLOGIC - MONTALT

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 17 de diciembre de 2021 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición por parte de GM NEOLOGIC, S.L.U. (NEOLOGIC), del control exclusivo de Grupo Montalt Servicar, S.L. (MONTALT) mediante la adquisición del 100% de las acciones de MONTALT, así como de sus respectivas sociedades íntegramente participadas¹.
- (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 (LDC), por superar el umbral establecido en el artículo 8.1 b) 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 (RDC).
- (3) La fecha límite para acordar el inicio de la segunda fase del procedimiento es el 17 de enero de 2022, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (4) La operación consiste en la adquisición por parte de NEOLOGIC, del control exclusivo de MONTALT mediante la adquisición del 100% de las acciones de MONTALT, así como de sus respectivas sociedades íntegramente participadas.
- (5) La operación se instrumenta a través de un contrato de compraventa de acciones celebrado el 14 de octubre de 2021 entre NEOLOGIC y los accionistas de MONTALT.
- (6) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (7) De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento del Consejo

¹ Los actuales titulares de MONTALT son la sociedad Pavimentos y Construcciones de Hormigón S.L.
[CONFIDENCIAL]

(CE) nº139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.

- (8) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales de volumen de negocios establecidos en el artículo 8.1.b) de la misma.
- (9) Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la concentración por las autoridades de defensa de la competencia de España.

4. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (10) En el contrato de compraventa de 14 de octubre de 2021 se establecen ciertas cláusulas que las partes firmantes del contrato consideran necesarias para obtener el valor íntegro de la empresa adquirida.

4.1. Acuerdo de no competencia

- (11) De conformidad con lo dispuesto en la cláusula 9.3 del Contrato de Compraventa, los accionistas de MONTALT se comprometen, durante un plazo de [≤3 años] a partir de la fecha de cierre, a no competir, directa o indirectamente, en los sectores de actividad en los que opera NEOLOGIC durante un periodo de dos años, [CONFIDENCIAL].² Se comprometen también a no participar directa o indirectamente en el capital de ninguna empresa competidora durante 2 años.

4.2. Acuerdo de no captación

- (12) De conformidad con la cláusula 9.4 del Contrato de Compraventa, los accionistas de MONTALT se comprometen, durante un plazo de [≤3 años] a partir de la fecha de cierre, a no contratar o solicitar la contratación de ningún empleado relevante o incitarle a la terminación de su relación laboral con la empresa adquirida. [CONFIDENCIAL].

4.3. Valoración

- (13) El artículo 10.3 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”.
- (14) La Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C

² Pavimentos y Construcciones de Hormigón, S.L. (principal accionista de NEOLOGIC) [CONFIDENCIAL]

56/03) considera que estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo y, con carácter general, deben servir para proteger al comprador.

- (15) De acuerdo con la citada Comunicación las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas durante un máximo de tres años cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos. Cuando sólo se incluye el fondo de comercio, están justificadas por períodos de hasta dos años (párrafo 20).
- (16) La Comunicación, además, señala que las cláusulas de no captación se evalúan de forma similar a los pactos inhibitorios de la competencia (párrafo 26).
- (17) Por último, toda limitación relativa a la tenencia de acciones con fines exclusivamente de inversión financiera, de acuerdo con el párrafo 25 de la citada Comunicación no está directamente vinculada a la realización de la concentración y no es necesaria a tal fin, y, por tanto, quedará sujeta a la normativa general aplicable a los acuerdos entre empresas.
- (18) En cuanto a los pactos de no competencia y no captación incluidos en el Contrato de Compraventa, dados su contenido, ámbito y duración, se considera que están directamente relacionadas con la operación y que no van más allá de necesario para alcanzar los objetivos de la misma, salvo en lo relativo a las restricciones a la tenencia de acciones con fines exclusivamente financieros incluidas en el pacto de no competencia.

4.4. Conclusión

- (19) En consecuencia, teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión, esta Dirección considera que el pacto de no captación incluido en el contrato de compraventa puede considerarse accesorio a la operación de concentración y debe entenderse como comprendido dentro de la misma y autorizado, en su caso, con ella. En cuanto al pacto de no competencia, se considera accesorio a la operación salvo la limitación relativa a la tenencia de acciones con fines exclusivamente de inversión financiera, que queda sujeta a la normativa de acuerdos entre empresas.

5. EMPRESAS PARTICIPES

5.1. ADQUIRENTE: GM NEOLOGIC, S.L.U. (NEOLOGIC)

- (20) NEOLOGIC es la sociedad española cabecera de un grupo de empresas que operan en el mercado con la denominación de Grupo Marcos³ y cuya actividad principal es la distribución minorista de vehículos nuevos y usados a través de concesionarios oficiales de diferentes marcas principalmente en la Comunidad Valenciana (fundamentalmente Alicante) y en la Región de Murcia, así como la comercialización de piezas de recambio y la prestación de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos.
- (21) De acuerdo con la notificante, el volumen de negocio del Grupo Marcos en 2020, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL GRUPO MARCOS EN 2020 (millones de euros)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<5000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificante.

5.2. ADQUIRIDA: Grupo Montalt Servicar, S.L. (MONTALT)

- (22) MONTALT es la sociedad matriz de un grupo de empresas españolas cuya actividad principal es la distribución minorista de vehículos nuevos y usados a través de concesionarios oficiales de diferentes marcas, así como la comercialización de piezas de recambio y la prestación de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos. Tiene su principal foco de actividad en la provincia de Valencia y la Región de Murcia.
- (23) De acuerdo con la notificante, la facturación de MONTALT en 2020, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE MONTALT EN 2020 (millones de euros)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<5000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificante.

6. MERCADOS RELEVANTES

6.1. Mercado de producto

- (24) La operación propuesta tiene lugar entre dos empresas que operan en el sector de la distribución minorista de automóviles en régimen de concesionario oficial,

³ [CONFIDENCIAL].

así como la comercialización de piezas de recambio y prestación de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos. Se trata de un sector analizado en numerosos precedentes de la CNMC⁴ y la Comisión Europea⁵.

- (25) En este sentido, los precedentes vienen diferenciando entre el mercado de distribución mayorista de vehículos (en el que las marcas actúan como oferentes y los concesionarios como demandantes) y el mercado de distribución minorista de vehículos (en el que la oferta está constituida por los concesionarios y la demanda por los clientes finales). Así mismo, el mercado minorista de distribución de vehículos puede segmentarse en vehículos de pasajeros e industriales, y éste último, a su vez, en comerciales ligeros, medios y pesados⁶. Adicionalmente, los precedentes analizados diferencian entre vehículos nuevos y usados⁷ por cuanto existen significativas diferencias de comercialización como puedan ser el precio, los canales de distribución, o la demanda de servicios postventa, por ejemplo.
- (26) Las partes también se hayan presentes en los mercados de distribución de piezas de recambio y accesorios. Al respecto los precedentes consideran una segmentación por marca debido a la menor sustituibilidad de la demanda o a las condiciones de garantía asociadas a la adquisición de vehículos⁸.
- (27) Finalmente, las partes tienen una presencia residual en los mercados de distribución indirecta de seguros de no vida⁹. De acuerdo con las notificantes independientemente de la definición de mercado, la cuota de mercado conjunta sería significativamente inferior al 15% por lo que no se analizarán esos mercados.
- (28) La operación da lugar a un **solapamiento horizontal** en los mercados de **distribución de vehículos** de pasajeros nuevos, de vehículos comerciales ligeros, de vehículos usados, de **piezas de recambio y mantenimiento** en los que operan ambas partes.
- (29) Las partes no operan en mercados verticalmente relacionados por lo que **no existe solapamiento vertical**.

⁴ N-03067 KIA MOTORS IBERIA / KIA MOTORS ESPAÑA, S70471/13 CONCESIONARIOS AUDI/SEAT/VW, S/0488/13 CONCESIONARIOS HYUNDAI, S/0486/13 CONCESIONARIOS TOYOTA, S/0624/18 RED DE CONCESIONARIOS GENERAL MOTORS, .

⁵ COMP/M.1847 GM/SAAB, COMP/M.416 BMW Rover, M.6958 – CD&R / We Buy Any Car y Caso M.5250 – Porsche / Volkswagen, M.8309, M.9838.

⁶ COMP/M.2832 General Motors/Daewoo Motors, M. 7747 PGA/MSA, COMP/M.8309 Volvo Car Corporation/First Rent a Car, COMP/M.7747 PGA/MSA, COMP/M.9389

⁷ COMP/M.8309 Volvo Car Corporation/First Rent a Car, COMP/M.4420 Credit Agricole Fiat, Auto/FAFS, COMP/M.2832 General Motors/Daewoo Motors, COMP/M.9720 Volvo Cars/Uppladns Motor

⁸ COMP/M.9839 – VGRD/AUTO WICHERT ASSETS, COMP/M.6063 Itochu Speedy, S/0624/18 RED DE CONCESIONARIOS GENERAL MOTORS y S/0471/13 CONCESIONARIOS AUDI/SEAT/VW

⁹ De acuerdo con la notificante el importe bruto de las primas gestionadas por NELOGIC en el año 2020 ascendió a [CONFIDENCIAL] en el caso de MONTALT. Por su parte, el importe bruto de las primas de seguro gestionadas en España en 2020 fue de [CONFIDENCIAL] según datos de la patronal del sector UNESPA.

6.2. Mercado geográfico

- (30) Con relación a los mercados geográficos la notificante considera que los mercados de distribución minorista de vehículos y servicios postventa (reparación y mantenimiento) tienen una dimensión nacional, toda vez que el entorno normativo es homogéneo en todo el territorio nacional (cuando no en la UE), las condiciones de comercialización las establecen los fabricantes y los principales clientes de los concesionarios son empresas.
- (31) No obstante, los precedentes citados han considerado que el mercado geográfico pudiera ser regional en función de la disposición que los clientes tuvieran para desplazarse.
- (32) Si bien las partes tienen presencia en la Comunidad Valenciana, la Región de Murcia, la Comunidad de Madrid, Cataluña, Castilla-La Mancha e Islas Baleares el grueso de su actividad se concentra en la Comunidad Valenciana, especialmente en Alicante, y en la Región de Murcia.
- (33) Por todo ello se analizará la situación de los mercados en los que participan las partes tanto desde una óptica nacional, como regional, tanto a nivel de Comunidad Autónoma como de provincia.

7. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

7.1. Estructura de la oferta

- (34) La operación tiene lugar en el sector de la distribución minorista de automóviles a través de concesionarios oficiales. Dentro de dicho sector se han identificado cinco mercados diferenciados atendiendo a los ya citados precedentes de la Comisión y la CNMC. Por un lado, los mercados de distribución minorista de vehículos distinguiendo entre nuevos y de segundo mano, y segmentando a su vez los vehículos nuevos, en vehículos de pasajeros y comerciales ligeros. Por otro lado, la operación se extiende también a los servicios postventa prestados por esos mismos concesionarios¹⁰ entre los que se distingue el suministro de piezas originales de recambio y los servicios de reparación y mantenimiento de vehículos.
- (35) De acuerdo con la notificante el mercado de la distribución minorista de vehículos automóviles se ha organizado tradicionalmente a través de concesionarios monomarca, que son empresas de distribución generalmente independientes que adquieren los productos del fabricante y los revenden con un margen. Señala que hasta la fecha, la distribución de vehículos automóviles a través de

¹⁰ Con carácter general los concesionarios oficiales incorporan un taller oficial mientras que los talleres oficiales pueden o no estar integrados en un concesionario. Por ello existen en España más talleres oficiales que concesionarios. En concreto, de acuerdo con FANCOAUTO en el año 2020 en España había 4.036 concesionarios o servicios oficiales de marca de los cuales 2.042 eran concesionarios oficiales.

terceros distintos de los concesionarios monomarca (agentes o concesionarios multimarca) y directamente a través de los fabricantes ha sido muy excepcional si bien se espera que la distribución minorista de vehículos automóviles a través de concesionarios vaya progresivamente dejando paso a otras estructuras de distribución distintas como pueda ser la venta del fabricante directamente al consumidor a través de su web oficial.

- (36) La notificante señala entre sus principales competidores a Borjamotor S.A., Prim Torrecillas, S.A.U. y Grupo s Serna y Serrano en la Comunidad Valenciana y Arcomóvil, Gallego Automoción y Automóvil Center en la Comunidad de Murcia.
- (37) En cambio, en lo que respecta a la distribución de piezas de recambio y la prestación de servicios de reparación, existen canales alternativos conformados, principalmente, por numerosos talleres independientes que ofrecen tanto piezas de recambio originales suministradas por las marcas como piezas de recambio generalistas.
- (38) Por consiguiente, las partes operan aguas abajo del mercado de producción y distribución mayorista de automóviles y piezas de recambio comercializando los productos fabricados por las marcas de automóviles y de componentes (en el caso de las piezas de recambio). Cabe señalar que las relaciones entre concesionarios y marcas se regulan mediante contratos de concesión que establecen las condiciones en las que deben prestarse los servicios, por lo que el margen de actuación de concesionarios y talleres oficiales se encuentra restringido por esta vía.
- (39) Resulta también destacable que, en el caso de vehículos nuevos, no existen diferencias entre los productos que ofertan los diferentes concesionarios de una misma marca. De acuerdo con la notificante tampoco el nivel de existencias es un elemento diferencial, exigiendo las marcas a los concesionarios, con carácter general, mantener un stock de ventas de 2 o 3 meses. Asimismo, la modalidad de suministro bajo pedido es habitual y similar en todos los concesionarios de una misma marca.

7.1.1. Cuotas de mercado

- (40) En el mercado de distribución minorista de vehículos a nivel nacional, las cuotas combinadas de las partes en España en 2020 fueron del [0-10]% en el mercado de vehículos de pasajeros, el [0-10]% en el mercado de vehículos comerciales ligeros¹¹ y el [0-10]% en el mercado de vehículos de segunda mano¹². La

¹¹ Fuente FACONAUTO y JATO

¹² Fuente Arval Mobility Observatory 2021

siguiente tabla muestra las cuotas a nivel nacional y regional (por Comunidad Autónoma) para los cinco mercados en los que operan las partes.

Cuotas de mercado combinadas de las partes en los mercados afectados, a nivel nacional y por CCAA en 2020					
REGIÓN	VEHÍCULOS DE PASAJEROS NUEVOS	VEHÍCULOS COMERCIALES LIGEROS NUEVOS	VEHÍCULOS USADOS	RECAMBIOS	REPARACIONES
C. Valenciana	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
C. Murcia	[10-20]%	[30-40]% (sin adición de cuota)	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%
C. Madrid	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Cataluña	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Castilla La Mancha	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Islas Baleares	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Nacional	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%

Fuente: Notificante

- (41) Con relación a las marcas, conviene destacar que NEOLOGIC mantiene acuerdos de concesión con Peugeot, Citroën, Opel, DS, Nissan, Kia, Hyundai y Mazda, mientras que MONTALT mantiene acuerdos con Nissan, Kia, Hyundai, Ford, Toyota, Fiat, Jaguar/Land Rover y BMW. Por consiguiente, existe una cierta complementariedad de las marcas en la medida que la operación permitirá a NEOLOGIC incrementar su cartera de productos al incluir a marcas como Ford, Toyota, Fiat, Jaguar/Land Rover y BMW con las que no trabajaba previamente. La complementariedad también se da desde el punto de vista del mercado geográfico pues en el caso de las marcas coincidentes (Nissan, Kia y Hyundai) la adquirente carecía de concesionarios en las provincias donde sí se encuentra la adquirida como se detallará más adelante.
- (42) A nivel regional, debe reseñarse en primer lugar que NEOLOGIC centra su actividad en la provincia de Alicante y la Región de Murcia, mientras que MONTALT centra su actividad en la provincia de Valencia (con una presencia minoritaria en Alicante) y, en menor medida, en la Región de Murcia, Cataluña y Comunidad de Madrid. En el caso particular de la Región de Murcia, MONTALT

tan solo comercializa una marca (BMW) que no se encuentra en la cartera de NEOLOGIC.

- (43) Un análisis por Comunidad Autónoma muestra que los solapamientos más relevantes se observan en el mercado de distribución minorista de vehículos de pasajeros en las Comunidad de Valencia (cuota conjunta en 2020 del [10-20]%) y la Región de Murcia ([10-20]%), así como en el mercado de vehículos comerciales ligeros en la Comunidad de Valencia ([10-20]%), con adiciones del [0-10]%, [0-10]% y [0-10]% respectivamente. En el caso de los restantes mercados analizados de distribución de vehículos (ya sean de pasajeros, comerciales o de segunda mano) la cuota conjunta de las partes, cuando existe solapamiento, es inferior al 15% para cualquier Comunidad Autónoma, al igual que la cuota adquirida en las CCAA en que no hay solapamiento.
- (44) Un análisis por provincia muestra que los solapamientos más significativos se producen en el mercado de distribución minorista de vehículos de pasajeros en Alicante (cuota conjunta en 2020 del [20-30]% con adición del [0-10]%) y en el mercado de vehículos comerciales ligeros en Alicante (cuota conjunta en 2020 del [30-40]% con adición del [0-10]%). En el caso de los restantes mercados analizados de distribución de vehículos (ya sean de pasajeros, comerciales o de segunda mano) la cuota combinada de las partes, cuando existe solapamiento, es inferior al 15% en todas las provincias al igual que la cuota adquirida para aquellas provincias en los que no existe solapamiento.
- (45) Las siguientes tablas muestran las cuotas de las partes en los mercados de distribución de vehículos (de pasajeros, comerciales o de segunda mano) en las provincias de Valencia y Alicante.

Mercados de distribución de vehículos en la provincia de Valencia en 2020. Cuotas en valor			
PARTÍCIPE	VEHÍCULOS DE PASAJEROS NUEVOS	VEHÍCULOS COMERCIALES LIGEROS NUEVOS	VEHÍCULOS USADOS
Neologic	0%	0%	0%
Montalt	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%
Combinada	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%

Fuente: Notificante

Mercados de distribución de vehículos en la provincia de Alicante en 2020. Cuotas en valor			
PARTÍCIPE	VEHÍCULOS DE PASAJEROS NUEVOS	VEHÍCULOS COMERCIALES LIGEROS NUEVOS	VEHÍCULOS USADOS
Neologic	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%
Montalt	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Combinada	[20-30]%	[30-40]%	[10-20]%

Fuente: Notificante

- (46) Cabe recordar, para finalizar el análisis del mercado de distribución minorista de vehículos, que en el segmento estrecho de mercado que resultaría de dividir las cuotas por marcas de vehículos y por provincias, no se produce ningún solapamiento entre las partes. Dicho de otro modo, todos los concesionarios adquiridos por NEOLOGIC o bien pertenecen a marcas que no tenía previamente en cartera o se localizan en provincias donde no comercializaba dicha marca.
- (47) En lo que concierne a los mercados de piezas de recambio originales y reparación de vehículos, las cuotas conjuntas de las partes a escala nacional en 2020 fueron del [0-10]% y del [0-10]% respectivamente¹³.
- (48) A nivel regional, las cuotas combinadas más elevadas se encuentran en la Comunidad de Valencia y la Región de Murcia con un [0-10]% y un [10-20]% respectivamente para el mercado piezas de recambio, y un [0-10]% y un [0-10]% para el mercado de reparaciones.
- (49) Un estudio más pormenorizado de los mercados de piezas de recambio y de reparación podría realizarse segmentando por marca y por provincia. En este sentido, la notificante asegura que no le es posible obtener o estimar datos congruentes con este enfoque, dada la miríada de talleres independientes existentes que trabajan simultáneamente con varias marcas de vehículos, así como con piezas de recambio originales y genéricas.
- (50) En consecuencia, se ha analizado el número de talleres oficiales adquiridos frente a la totalidad de talleres oficiales existentes para cada una de las marca y provincias afectadas por la presente operación¹⁴. Al respecto los datos aportados por la notificante muestran que si bien la cuota es muy variable (entre un [0-10]% y un [90-100]%¹⁵ de los talleres oficiales de una marca determinada para una provincia concreta en 2020¹⁶) no existe solapamiento entre talleres oficiales de una misma marca en ninguna de las provincias donde operan ambas partes. En otras palabras, todos los talleres oficiales adquiridos por NEOLOGIC o bien pertenecen a marcas que no tenía previamente en cartera o se localizan en provincias donde no comercializaba dicha marca.

¹³ Fuente AUDATEX.

¹⁴ La garantía de un vehículo de nueva adquisición oscila por lo general entre los dos y cinco años de duración, según marca, y obliga durante este período a realizar todas las revisiones en talleres oficiales como condición para hacer uso de la misma.

¹⁵ Cuota de NEOLOGIC en Alicante en relación con DS y NISSAN

¹⁶ En la provincia de Alicante con carácter previo a la operación NEOLOGIC contaba en su cartera con todos los talleres oficiales de las marcas DS (uno) y NISSAN (siete) mientras que MONTALT cuenta con tres concesionarios de FORD ([10-20]% del total de talleres y concesionarios oficiales de FORD en la provincia). En Valencia, donde sólo opera MONTALT cuenta con talleres y concesionarios oficiales de Nissan, Kia, Hyundai, Ford, Toyota y Fiat con cuotas de [50-60]%, [30-40]%, [40-50]%, [10-20]%, [20-30]% y [10-20]% respectivamente. Por lo que respecta a Murcia NEOLOGIC ya operaba con las marcas Peugeot, Citroen, Opel y Nissan, a su vez MONTALT cuenta con 4 concesionarios y talleres de BMW lo que supone un [60-70]% del total en la provincia.

7.2. Estructura de la demanda, canales de distribución, precios, barreras a la entrada, competencia potencial.

- (51) La demanda en sector de la distribución minorista de vehículos se compone de tres categorías diferenciadas, a saber: (i) los particulares, (ii) las flotas de empresas y (iii) las compañías de alquiler de vehículos, que pueden dividirse según el alquiler sea a corto plazo (*rent a car*) o largo plazo (*renting/leasing*).
- (52) El peso de cada una de las categorías en la facturación de las partes se muestra en las tablas siguientes:

Facturación de NEOLOGIC proveniente de clientes particulares frente a empresariales.		
Mercado	Particulares %	Empresas %
Distribución minorista de vehículos de pasajeros nuevos	[70-80]%	[20-30]%
Distribución minorista de vehículos comerciales ligeros nuevos	[40-50]%	[50-60]%
Distribución minorista de vehículos usados	[50-60]%	[40-50]%
Distribución minorista de piezas de recambio	[30-40]%	[60-70]%
Servicios de reparación y mantenimiento	[60-70]%	[30-40]%

Fuente: Notificante

Facturación de MONTALT proveniente de clientes particulares frente a empresariales.		
Mercado	Particulares %	Empresas %
Distribución minorista de vehículos de pasajeros nuevos	[60-70]%	[30-40]%
Distribución minorista de vehículos comerciales ligeros nuevos	[20-30]%	[80-90]%
Distribución minorista de vehículos usados	[50-60]%	[40-50]%
Distribución minorista de piezas de recambio	[20-30]%	[80-90]%
Servicios de reparación y mantenimiento	[50-60]%	[40-50]%

Fuente: Notificante

- (53) El mercado de distribución minorista de vehículos está, según la notificante, en fase de madurez con unas tasas de crecimiento reducidas tanto en España como en Europa. De acuerdo con la notificante el sector se caracteriza por un alto grado de competencia y baja rentabilidad. En efecto, en el caso de España, el número de concesionarios oficiales ha venido cayendo desde su máximo en 2009 con 3.247 concesionarios, hasta los 2.042 existentes en 2020¹⁷. La notificante asegura que la consolidación del sector deviene fundamental para la

¹⁷ FANCOAUTO, informe sectorial 2020.

viabilidad del mismo por cuanto permite mejorar las eficiencias en costes por volumen y sinergias, así como permite mejorar el margen de negociación de los concesionarios con respecto a los fabricantes.

- (54) En lo que concierne a la fidelidad de marca, la notificante considera no es un aspecto relevante en el proceso decisorio del consumidor que adquiere un vehículo, siendo la funcionalidad de los productos el parámetro más valorado.
- (55) Por el contrario, la fidelización es más significativa en el mercado de servicios de mantenimiento y reparación, especialmente durante los primeros años de vida del vehículo (periodo de garantía).
- (56) De acuerdo con la notificante, el mercado está evolucionando siendo cada vez más frecuente la utilización de vehículos de forma compartida, vehículos de movilidad personal o la utilización de vehículos en un régimen diferente al de propiedad.
- (57) En lo referente a la formación de precios, para vehículos nuevos, los concesionarios deciden sus precios a partir de unas tarifas recomendadas que establecen las marcas fabricantes. A su vez, las marcas establecen el nivel de sus tarifas recomendadas en función de su posicionamiento en el mercado (el conocido como el “valor de la marca”), de sus costes de producción, de su inversión en I+D, marketing, etc. Los precios para el cliente final se deciden por cada concesionario a partir de las tarifas recomendadas por las marcas a nivel nacional, sobre las que ofrecen descuentos contra su margen.
- (58) Además de los costes de adquisición de vehículos, los principales costes a los que deben hacer frente los concesionarios son los salariales, así como los alquileres o amortizaciones de las instalaciones.
- (59) En el caso de los vehículos usados, el coste de adquisición varía según la procedencia del vehículo, pudiendo identificarse operaciones de cambio (entrega de un vehículo de ocasión a cambio de otro nuevo), remarketing (venta de vehículos de ocasión cuyo uso anterior se enmarcaba en uno o varios contratos de arrendamiento financiero), o transacciones buy-back (recompra del concesionario a compañías de renting transcurrido el plazo acordado). En cualquier caso, el factor más determinante del coste es el grado de depreciación del vehículo.
- (60) En cuanto a los servicios de mantenimiento/reparación y la distribución de piezas de recambio, los costes vienen determinados por las políticas de cada marca.

7.2.1. Barreras de entrada, competencia potencial e innovación

- (61) De acuerdo con la notificante no existen barreras significativas de entrada a los distintos mercados en los que operan las partes de la operación propuesta.

- (62) En lo que respecta a la distribución minorista de vehículos nuevos (de pasajeros o comerciales ligeros), la entrada al mercado pasa por obtener un contrato de concesión, el cual, si bien no exige una inversión significativa, requiere del acuerdo previo con la marca. La notificante tampoco identifica barreras de entrada legales, tecnológicas, de conocimientos específicos ni de patentes. De hecho, en la actualidad, existen distribuidores que ofrecen vehículos de ocasión a través de internet, sin establecimiento físico.
- (63) La notificante señala que tampoco existen barreras a la entrada al mercado de los servicios de reparación y mantenimiento, en el que se pueden distinguir dos tipos de establecimientos en función de que ofrezcan servicios oficiales de alguna marca fabricante o servicios independientes. En este sentido, para la entrada en el mercado de los servicios de reparación y mantenimiento de servicios oficiales, no es necesaria la condición de concesionario oficial de la marca. De forma similar, para la provisión de servicios de reparación y mantenimiento independiente (no oficiales), tampoco existen barreras de entrada más allá de la inversión inicial. Existen numerosos talleres no oficiales a nivel nacional, así como importantes cadenas de servicios postventa no oficiales¹⁸.
- (64) Con relación a la competencia potencial, cabe señalar que hoy en día es posible comprar un vehículo nuevo (de pasajeros o comercial) sin necesidad de acudir a un concesionario oficial. En efecto, existen ya empresas especializadas en la venta de vehículos directamente a través de internet y los fabricantes ofrecen esa misma opción a través de sus páginas web, lo que a largo plazo podría reducir el papel de intermediación que hasta la fecha han desempeñado los concesionarios.
- (65) En los mercados afectados no existen actividades de I+D significativas de acuerdo con la notificante. En estos mercados, las inversiones en innovación suelen centrarse en digitalización y tecnología de los procesos de venta y prestación de servicios de taller.

8. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (66) La operación consiste en la adquisición del control exclusivo de MONTALT por parte de NEOLOGIC.
- (67) La operación afecta al sector de distribución minorista de vehículos de pasajeros, nuevos y de ocasión, y vehículos comerciales ligeros, así como a los servicios postventa (recambios y reparaciones) donde ambas partes operan.
- (68) La concentración supone el reforzamiento de NEOLOGIC a escala nacional en los mercados de (i) distribución minorista de vehículos de pasajeros nuevos, (ii)

¹⁸ A modo de ejemplo puede citarse Norauto, Midas o Feuvert entre otros.

distribución minorista de vehículos comerciales ligeros nuevos, (iii) distribución minorista de vehículos de ocasión, (iv) de piezas de recambio originales y (v) de reparaciones. No obstante, las cuotas combinadas de las partes para el año 2020 fueron reducidas: del [0-10]%, [0-10]%, [0-10]%, [0-10]% y [0-10]% respectivamente.

- (69) Desde una perspectiva regional, NEOLOGIC centra su presencia en la provincia de Alicante y Región de Murcia mientras que MONTALT lo hace en la provincia de Valencia, Cataluña y la Comunidad de Madrid. La operación supone la entrada de NEOLOGIC en las CCAA de Baleares, Castilla la Mancha, Cataluña y Madrid donde carecía de presencia.
- (70) Por lo que se refiere al mercado de distribución de vehículos, y por Comunidades Autónomas, la adquirente se refuerza en la Comunidad de Valencia donde alcanza unas cuotas del [10-20]% (adición del [0-10]%) en el mercado de distribución minorista de vehículos nuevos de pasajeros y del [10-20]% (adición del [0-10]%) en el mercado de distribución minorista de vehículos nuevos comerciales ligeros. También incrementa su posición en la Región de Murcia en el mercado de distribución minorista de vehículos nuevos de pasajeros donde alcanza una cuota del [10-20]% (adición del [0-10]%).
- (71) A nivel de provincia los solapamientos se limitan al mercado de distribución minorista de vehículos de pasajeros en Alicante (cuota conjunta en 2020 del [20-30]% con adición del [0-10]%) y al mercado de vehículos comerciales ligeros en Alicante (cuota conjunta en 2020 del [30-40]% con adición del [0-10]%).
- (72) Con relación a los mercados de piezas de recambio originales y reparaciones, si bien las cuotas adquiridas superan en 30% en relación con tres marcas en Valencia y una en Murcia, cabe destacar que no existe solapamiento a nivel provincial entre ninguno de los talleres oficiales de marca de la adquirente y la adquirida.
- (73) En cualquier caso, de acuerdo con la adquirente se trata de mercados en los que existen numerosos competidores y con escasas barreras a la entrada.
- (74) A la vista de lo anterior, esta Dirección de Competencia considera que siendo limitado el solapamiento horizontal resultante, y dada la ausencia de efectos verticales, la operación es susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.

9. 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 primera fase**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Asimismo, teniendo en cuenta lo establecido en la LDC y en la Comunicación de la Comisión 2005/C56/03 y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, esta Dirección de Competencia considera que el pacto de no captación incluido en el contrato de compraventa puede considerarse accesorio a la operación de concentración y deben entenderse como comprendido dentro de la misma y autorizado, en su caso, con ella. En cuanto al pacto de no competencia, se considera accesorio a la operación salvo la limitación relativa a la tenencia de acciones con fines exclusivamente de inversión financiera, que queda sujeta a la normativa de acuerdos entre empresas.