



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-076018

HUSQVARNA / ZENOAH

Con fecha 23 de febrero de 2007 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de HUSQVARNA JAPAN Ltd. (en adelante HUSQVARNA) de la totalidad del capital social de ZENOAH Co. Ltd (en adelante ZENOAH), filial de KOMATSU ZENOAH Co. (en adelante KOMATSU ZENOAH).

Dicha notificación ha sido realizada por HUSQVARNA según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 a). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 14 de marzo de 2007 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 15 de marzo de 2007.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **24 de marzo de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de HUSQVARNA JAPAN Ltd. de la totalidad del capital social de ZENOAH Co. Ltd, filial de KOMATSU ZENOAH Co.

La operación se ha formalizado mediante un Contrato de Compraventa entre HUSQVARNA JAPAN Ltd. y KOMATSU ZENOAH Co., firmado el 30 de enero de 2007.

Con anterioridad al cierre de la operación KOMATSU ZENOAH transferirá a la sociedad adquirida ZENOAH la totalidad de participaciones y activos que integran el negocio de maquinaria y equipamiento eléctrico para espacios abiertos.

La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de Austria, Alemania¹, Grecia, China, Corea del Sur y España.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1 Pacto de no competencia

La operación incluye una cláusula por la que KOMATSU ZENOAH no podrá competir con HUSQVARNA en la fabricación y venta de productos competidores con los comercializados o producidos por la sociedad adquirida en la fecha de cierre de la operación durante un periodo [“superior a tres años”]².

II.2 Pacto de no captación

La operación comprende un compromiso de no captación, por el que KOMATSU se compromete a no contratar a ningún empleado de la sociedad adquirida por un periodo [“no superior a tres años”] desde el cierre de la operación, salvo que el empleado o directivo sea contratado en el marco de un proceso de selección abierto al público en general.

II.3 Valoración

El apartado 5 del artículo 15.bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005 C 56/03), se considera que en el presente caso la duración del pacto de no competencia va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, no considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación y estando, en su caso, sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.

Con respecto al pacto de no captación, se considera que en el presente caso la duración y contenido del mismo no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

El resto de acuerdos, en el momento de elaboración del presente informe están todavía en preparación por las partes, por lo que no se considerarán como parte integrante de la operación notificada.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) de la misma.

¹ Donde ya ha sido autorizada

² Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial.

IV. EMPRESAS PARTICIPES

IV.1. “HUSQVARNA JAPAN Ltd” (HUSQVARNA)

HUSQVARNA es una filial de HUSQVARNA AB, cabecera de un grupo de nacionalidad sueca con actividades en Europa, Norteamérica, Sudamérica, Australia y China (Grupo HUSQVARNA).

El Grupo HUSQVARNA³ agrupa sus actividades en tres áreas diferentes: (i) herramientas para el mantenimiento de bosques y parques (motosierras, desbrozadoras e instrumentos desraizadores); (ii) herramientas para el mantenimiento de jardines (cortacéspedes, cortasetos, podadoras, biotrituradoras, oreadores, etc.); y (iii) herramientas para la industria de la construcción (cortadoras de cemento y piedra).

Desde un punto de vista estructural, el grupo se encuentra organizado internamente en dos divisiones: productos de consumo y productos profesionales. La primera incluye herramientas eléctricas y motorizadas que se distribuyen a través de grandes superficies, ferreterías y centros de jardinería. Las marcas empleadas en este sector son *Flymo*, *McCulloch* y *Partner* en Europa, así como *Poulan* y *Weed Eater* en los EE.UU. La división de productos profesionales incluye esencialmente herramientas de motor que se distribuyen a través de establecimientos especializados en equipos agrícolas y cooperativas agrícolas. Las marcas utilizadas en esta división son *Husqvarna* y *Jonsered*.

En España, HUSQVARNA vende herramientas de jardinería, principalmente cortadores de césped, aunque también comercializa otros productos como desbrozadoras y cortadoras, oreadores y motosierras. Esta presente a través de su filial HUSQVARNA CONSTRUCTION PRODUCTS ESPAÑA, S.A.

En 2006, HUSQVARNA se escindió de su sociedad matriz ELECTROLUX AB. Desde el 13 de junio de 2006, HUSQVARNA cotiza en la Bolsa de Valores de Estocolmo. HUSQVARNA cuenta con más de 66.000 accionistas directos aunque ninguno de ellos ejerce control sobre la sociedad. No obstante, su principal accionista es INVESTOR AB.

La facturación de HUSQVARNA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO HUSQVARNA (MILLONES EUROS)			
	2004	2005	2006
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación.

³ El 26 de enero de 2007 se notificó a éste Servicio la adquisición por parte de HUSQVARNA DEUTSCHLAND GMBH (HUSQVARNA) de la totalidad de las acciones así como de determinados bonos y préstamos participativos de GARDENA AG (Expediente N-07010 HUSQVARNA/GARDENA).

IV.2 “ZENOAH Co. Ltd” (ZENOAH)

ZENOAH es una filial de KOMATSU ZENOAH integrada en el grupo japonés KOMATSU Ltd. (Grupo KOMATSU), cuyas acciones cotizan en la Bolsa de Tokio. Su capital social se encuentra muy disperso, siendo los principales accionistas [...].

El grupo KOMATSU está activo en la fabricación y venta de materiales para la industria de la construcción y minería, vehículos y maquinaria industrial y productos electrónicos. Su ámbito geográfico abarca Europa, América, la Comunidad de Estados Independientes, Oriente Medio, África, Sudeste Asiático, Oceanía y China

Con anterioridad a la operación KOMATSU ZENOAH traspasa a ZENOAH, el negocio de maquinaria y equipamientos para espacios abiertos (motores multifuncionales, cortadoras, motosierras, sopladores de hojas,...).

La facturación del negocio adquirido en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE ZENOAH (MILLONES EUROS)			
	2004	2005	2006
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El sector económico en el que se enmarca la presente operación es el de la fabricación y venta de maquinaria y equipamiento eléctrico para espacios abiertos (OPE)⁴. Este tipo de productos incluye diversas herramientas utilizadas en trabajos de jardinería y mantenimiento de espacios abiertos, tales como sierras de cadenas, cortasetos, trituradoras, equipos de bombeo, etc.

En España, HUSQVARNA vende productos para el cuidado del jardín, en concreto, cortadores de césped y, en menor medida, otros productos como desbrozadoras y cortadoras, oreadores y motosierras.

En cuanto a ZENOAH, su actividad consiste en el negocio de maquinaria y equipamientos para espacios abiertos.

Así, tanto en España como en el EEE, los únicos mercados en los que están presentes ambas partes con una cuota conjunta superior al 10% son: (a) sierras de cadenas, (b) herramientas desbrozadoras y cortadoras, (c) cortasetos y (d) sopladores de hojas. Además, la adquirida comercializa en España pulverizadores, sierras de podar, cortadoras de altura y perforadoras de tierra, con cuotas inferiores al 10%.

⁴ OPE (outdoor power equipment).

A la vista de las consideraciones anteriores y, en particular, de la naturaleza y actividades de las partes, se analizará la incidencia de la operación en los mercados de producto en que las cuotas conjuntas superan el 10%: sierras de cadena, herramientas desbrozadoras y cortadoras, cortasetos y sopladores de hojas, considerando tanto el segmento de uso doméstico como el de uso profesional. domésticos como profesionales/industriales.

V. 2. Mercado geográfico

Según la notificante, los productos considerados responden a unos mismos estándares de producción, siendo fabricados generalmente en uno o dos centros de producción y luego distribuidos por todo el mundo. Tal es el caso de los producidos por las partes de la operación, que no cuentan con instalaciones de fabricación en España⁵. Además, el nivel de precios aplicados en los diferentes países del EEE es muy similar.

La notificante considera que, para todos los productos identificados, el mercado geográfico relevante es mundial o, al menos, de dimensión no inferior al EEE.

En todo caso, se analizará la incidencia de la operación notificada tanto en España como en el EEE.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Estructura de la oferta

Los mercados considerados son relativamente maduros. Los productos de los distintos fabricantes son muy similares, tanto en diseño como en funciones. La elección por los consumidores finales del modelo de un fabricante u otro no dependen tanto de la fuerza de la marca sino de los servicios de venta y post-venta que ofrezcan.

En el ámbito europeo, la adición de las cuotas correspondientes a la adquirida no supera el [0-5]% en ningún mercado:

MERCADO EEE DE SIERRAS EN CADENA						
	2004		2005		2006	
	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %
ZENOAH	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
HUSQVARNA	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
STIHL	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
EMAK	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
OTROS	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
TOTAL MERCADO	612.943.	100	640.734	100	675.680	100

⁵ La mayoría de las sierras de cadena comercializadas por HUSQVARNA en todo el mundo son producidas en la planta principal de Suecia o en la planta de Brasil.



MERCADO EEE DE SIERRAS EN CADENA						
	USO PRIVADO			USO PROFESIONAL		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
ZENOAH	.0	0	0	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HUSQVARNA	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%
ZENOAH+ HUSQVARNA	[25-35]%	[25-35]%	[25-35]%	[35-45]%	[35-45]%	[35-45]%
STIHL	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[15-25]%
EMAK	[0-10]%	[5-15]%	[5-15]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[35-45]%	[30-40]%	[30-40]%	[25-35]%	[35-45]%	[30-40]%
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fuente: Notificante.

MERCADO EEE CORTADORAS/DESBROZADORAS						
	2004		2005		2006	
	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %
ZENOAH	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
HUSQVARNA	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]
STIHL	[...].	[20-30]	[...].	[20-30]	[...].	[20-30]
ECHO	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
OTROS	[...].	[40-50]	[...].	[40-50]	[...].	[40-50]
TOTAL	356.015	100	372.674	100	372.000	100
	USO PRIVADO			USO PROFESIONAL		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
ZENOAH	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HUSQVARNA	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
ZENOAH+ HUSQVARNA	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
STIHL	[20-30]%	[20-30]%	[25-35]%	[25-35]%	[20-30]%	[20-30]%
ECHO	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[40-50]%	[40-50]%	[35-45]%	[40-50]%	[50-60]%	[50-60]%
TOTAL	100	100	100	100	100	100
MERCADO EEE CORTASETOS						
	2004		2005		2006	
	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %
ZENOAH	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
HUSQVARNA	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]
STIHL	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]
ECHO	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
OTROS	[...].	[50-60]	[...].	[50-60]	[...].	[50-60]
TOTAL	57.400	100	52.920	100	56.448.	100

	USO PRIVADO			USO PROFESIONAL		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
ZENOAH	[0-10]%	[0-10] %	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HUSQVARNA	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
ZENOAH+ HUSQVARNA	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%
STIHL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%
ECHO	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[65-75]%	[65-75]%	[60-70%]	[30-40]%	[30-40]%	[35-45]%
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fuente: Notificante.

MERCADO EEE SOPLADORES DE HOJAS (MILES EUROS)						
	2004		2005		2006	
	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %	unidades	Cuota %
ZENOAH	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
HUSQVARNA	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]
STIHL	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
ECHO	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
OTROS	[...].	[70-80]	[...].	[70-80]	[...].	[70-80]
TOTAL	140.300	100	143.827	100	156.046	100
	CUOTA USO PRIVADO			CUOTA USO PROFESIONAL		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
ZENOAH	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HUSQVARNA	[5-15]%	[5-15]%	[10-20]%	[10-20]%	[5-15]%	[10-20]%
ZENOAH+ HUSQVARNA	[5-15]%	[5-15]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
STIHL	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%
ECHO	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
OTROS	[80-90]%	[80-90]%	[80-90]%	[70-80]%	[70-80]%	[70-80]%
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fuente: Notificante.

En España las adiciones de cuotas son escasamente significativas en todos los mercados, con excepción del de sopladoras:

ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE SIERRAS DE CADENA EN ESPAÑA						
	2004		2005		2006	
	Miles Euros	Cuota %	Miles Euros	Cuota %	Miles Euros	Cuota %
ZENOAH	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
HUSQVARNA	[...].	[25-35]	[...].	[25-35]	[...].	[25-35]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...].	[25-35]	[...].	[25-35]	[...].	[25-35]
STIHL	[...].	[30-40]	[...].	[30-40]	[...].	[30-40]
ECHO	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
EMAK	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
OTROS	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]
TOTAL	42.300	100	42.200	100	42.000	100



ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE DESBROZADORAS /CORTADORAS EN ESPAÑA						
	2004		2005		2006	
	Miles €	Cuota %	Miles €	Cuota %	Miles €	Cuota %
ZENOAH	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
HUSQVARNA	[...].	[20-30]	[...].	[20-30]	[...].	[20-30]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...].	[20-30]	[...].	[20-30]	[...].	[20-30]
STIHL	[...].	[45-55]	[...].	[45-55]	[...].	[45-55]
ECHO	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
EMAK	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]
OTROS	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]
TOTAL	26.000	100	22.000	100	22.500	100
ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE CORTASETOS EN ESPAÑA						
	2004		2005		2006	
	Miles €	Cuota %	Miles €	Cuota %	Miles €	Cuota %
ZENOAH	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
HUSQVARNA	[...].	[10-20]	[...].	[15-25]	[...].	[10-20]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...].	[10-20]	[...].	[15-25]	[...].	[10-20]
STIHL	[...].	[30-40]	[...].	[30-40]	[...].	[30-40]
ECHO	[...].	[10-20]	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]
EMAK	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]
OTROS	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]	[...].	[15-25]
TOTAL	5.100	100	4.400	100	4.400	100

Fuente: Notificante.

Por su parte, la estructura de la oferta de sopladoras en España es la siguiente:

ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE SOPLADORAS EN ESPAÑA						
	2004		2005		2006	
	Miles €	Cuota %	Miles €	Cuota %	Miles €	Cuota %
ZENOAH	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
HUSQVARNA	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[5-15]
ZENOAH+ HUSQVARNA	[...].	[5-15]	[...].	[5-15]	[...].	[10-20]
STIHL	[...].	[55-65]	[...].	[55-65]	[...].	[50-60]
ECHO	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]
EMAK	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]	[...].	[0-10]
OTROS	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]	[...].	[10-20]
TOTAL	5.800	100	6.700	100	6.600	100
	CUOTA USO PRIVADO			CUOTA USO PROFESIONAL		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
ZENOAH	[0-10] %	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
HUSQVARNA	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[0-10] %	[0-10]%	[0-10] %
ZENOAH+ HUSQVARNA	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[0-10]%	[0-10]%	[5-15]%
STIHL	[40-50]%	[40-50]%	[40-50]%	[55-65]%	[55-65]%	[55-65]%
ECHO	[15-25]%	[15-25]%	[15-25]%	[5-15]%	[5-15]%	[5-15]%

TANAKA	[5-15]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10] %	[0-10] %
OTROS	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[15-25]%	[15-25] %	[10-20] %
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Fuente: Notificante.

VI.2.- Estructura de la demanda y la distribución

La demanda de estos productos se encuentra dividida en dos canales de distribución distintos: por un lado, un canal denominado “moderno” y, por otro lado, un canal conocido como “tradicional”, siendo este último especialmente importante en España, sin que exista ningún tipo de exclusividad que obligue a los establecimientos comerciales a ofrecer productos de una sola marca.

El canal moderno agrupa diversos centros comerciales como las tiendas “hágalo usted mismo”, hipermercados, grandes superficies y centros de jardinería (tales como LEROY MERLIN, BAUHAUS, AKI, BRICO, INTERMARCHÉ, AHOLD-SUPERSOL, BRICORAMA, HIPERCOR, BRICODEPOT, MAKRO, MR. BRICOLAGE, JARDILAND o VERDECORA). Este canal suele distribuir la mayoría de los productos de carácter no profesional.

El canal tradicional engloba a centros especializados que suelen llevar a cabo sus compras a través de cooperativas (como ANCOFE, que abarca a su vez a diez cooperativas) o mayoristas. Este canal comercializa la mayoría de los productos de carácter más profesional.

Según la notificante, tanto en el canal moderno como en el tradicional el poder de negociación de la demanda es significativo debido a su fuerte concentración, ya sea por la presencia de grandes grupos empresariales transnacionales (grandes superficies) o por la asociación de los distribuidores para obtener mejores condiciones de compra y comercialización.

Al carecer de instalaciones en España, las partes comercializan sus productos a través de distribuidores [...].

KOMATSU distribuye sus productos en España a través de su único importador [...] %.

El notificante indica que los distribuidores son normalmente libres para distribuir productos de competidores.

VI.3.- Competencia potencial - barreras a la entrada

El notificante indica que no existen barreras significativas económicas, legales o de cualquier otro tipo, de acceso a estos mercados, ya que no se precisa de un nivel tecnológico o inversión elevado para iniciar esta actividad.

La ausencia de barreras de entrada se traduce en la entrada de nuevos competidores. Así, en los últimos tres años han comenzado a comercializar sus productos en España la japonesa MARUYAMA MANUFACTURING COMPANY, Inc. y la multinacional TALON TOOL.

La inversión de HUSQVARNA en I+D correspondiente a los productos OPE es un [...] % de su cifra de negocio. En el caso de KOMATSU esta cifra alcanzaría el [...] % .

Existe un fácil acceso a proveedores y el acceso a los canales de distribución no es particularmente difícil. En general, no existen contratos de distribución exclusiva en estos mercados, ni tampoco existen barreras que impidan la importación a España desde otros países.



VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de HUSQVARNA JAPAN Ltd. de la totalidad del capital social de ZENOAH Co. Ltd. Las partes producen sierras de cadena, herramientas desbrozadoras y cortadoras, cortasetos y sopladores de hojas, tanto de uso doméstico como profesionales.

Los mercados analizados son maduros, de dimensión al menos EEE y en ellos opera un buen número de operadores de carácter internacional que también cuentan con amplias carteras de productos.

La estructura de los mercados en que operan las partes varía poco como consecuencia de la operación. En el ámbito europeo, la adición de las cuotas correspondientes a la adquirida no supera el [0-5]% en ningún mercado. En España, también se da esta circunstancia. Únicamente en el mercado de sopladoras la cuota correspondiente a la adquirida se acerca al [5-15]% pero la cuota conjunta no supera en ningún caso el [10-20]% ..

Por su parte, de acuerdo con la notificante no existen barreras infranqueables de acceso a los mercados considerados.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en el mercado.

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.