



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-06042 SCHEFENACKER / GRUPO ENGELMANN

Con fecha 28 de abril de 2006 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de SCHEFENACKER AG del control exclusivo del negocio operativo del GRUPO ENGELMANN mediante la compra de una serie de activos y de participaciones en sociedades del grupo.

Dicha notificación ha sido realizada por SCHEFENACKER AG 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".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **29 de mayo de 2006**, 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 SCHEFENACKER AG del control exclusivo del negocio operativo del GRUPO ENGELMANN mediante la compra de una serie de activos y de participaciones en sociedades del grupo.

Las cuatro empresas matrices del Grupo ENGELMANN se encuentran en procedimiento de subasta pública.

En junio de 2004, se inició el procedimiento concursal respecto de las sociedades ALFRED ENGELMANN HOLDING GMBH, ALFRED ENGELMANN GMBH y ALFRED ENGELMANN LACKIERWERK GMBH. La cuarta de las sociedades matrices, ENGELMANN AUTOMOTIVE GMBH, continuó con las actividades desde finales de 2004 hasta que también entró en quiebra



iniciándose el procedimiento concursal respecto de ella en diciembre de 2005. En la actualidad, un Administrador concursal gestiona las empresas y es el encargado de firmar las ventas.

La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de España y Eslovenia. La operación fue notificada a las autoridades de competencia en Alemania el pasado 18 de abril y autorizada el 28 de abril de 2006.

II. 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.

III. EMPRESAS PARTICÍPES

III.1. SCHEFENACKER AG (SCHEFENACKER)

SCHEFENACKER es un grupo alemán activo en el desarrollo, fabricación y suministro de componentes para el automóvil. En particular, produce componentes de iluminación, sonido y retrovisores. Alrededor del [65%-75%]¹ de sus ventas corresponden a retrovisores. El grupo SCHEFENACKER está controlado únicamente por [...].

Sus principales líneas de negocio son:

- a) Sistemas de visión trasera: retrovisores exteriores e interiores.
- b) Iluminación interior y trasera: productos de iluminación exterior e interior. Incluyen iluminación trasera y de señalización como luces de cola, indicadores de dirección, luces de freno, luces de marcha atrás, luces de posición, reflectores y una combinación de los anteriores. Los productos de iluminación interior incluyen luces centrales y laterales para iluminación general y lectura, luces para las puertas e iluminación para el interior del vehículo.
- c) Sistemas de audio para automóviles: componentes especiales para los altavoces y amplificadores de BOSE. Asimismo, la empresa se encarga de su montaje final en el vehículo.
- d) Otros: SCHEFENACKER participa con SAINT GOBAIN SEKURIT, especializada en la fabricación de cristal para automóviles, en la empresa FREEGLASS. A través de ésta, desarrolla, fabrica y distribuye ventanas laterales traseras, techos solares plásticos y otros componentes de un nuevo tipo de plástico.

En España, desarrolla solamente actividades de retrovisores a través de su filial SCHEFENACKER VISION SYSTEMS ESPAÑA, constituida en 1998.

¹ Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial



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

Volumen de ventas de SCHEFENACKER (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

III.2 GRUPO ENGELMANN (ENGELMANN):

ENGELMANN se dedica a la producción y venta de componentes para automóviles: i) retrovisores exteriores e interiores; ii) tapas para los depósitos de gasolina; iii) tiradores para puertas exteriores; y iv) piezas de plástico para ensamblar en el interior y en el exterior del automóvil, como tiradores para las aletas traseras, empuñadura para abrazaderas y cubiertas, etc.

El notificante indica que alrededor del [55%-65%] de las ventas del Grupo proviene de los retrovisores exteriores.

El Grupo posee instalaciones de producción en Alemania, así como filiales y fábricas en España, la República Checa, EE.UU. y Méjico.

En España, el Grupo ENGELMANN está activo a través de su filial ALFRED ENGELMANN, S.A.U., dedicada a la fabricación y venta de componentes para automóviles, en particular, de retrovisores.

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

Volumen de ventas de Grupo ENGELMANN (Millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

IV. MERCADOS RELEVANTES

IV.1. Mercado de producto

El sector en el que se enmarca la presente operación es el de los componentes de automoción y, en particular, de retrovisores para turismos y vehículos comerciales ligeros, único ámbito de actividad en el que ambas partes están presentes simultáneamente.



Los retrovisores constituyen accesorios de los vehículos a motor, que se utilizan para permitir la visión posterior al vehículo por parte del conductor del mismo.

La Comisión Europea ha analizado en el marco de la operación MAGNA DONNELLY² el mercado de los retrovisores para turismos y vehículos ligeros como separado del de los retrovisores para otros vehículos (pesados, motocicletas, etc.).

Se establece igualmente una diferenciación entre retrovisores interiores y exteriores por sus diferencias en funcionalidad y producción.

Los retrovisores interiores abarcan diferentes artículos, tales como los espejos prismáticos, tratados manualmente para reducir el reflejo de las luces de los vehículos que se aproximan por detrás, sensores para la temperatura y/o para la velocidad, sensores antirrobo, luces integradas, espejos telemáticos que permiten comunicar directamente con el sistema de comunicación del vehículo, etc.

Los retrovisores exteriores incluyen luces de seguridad que se iluminan cuando el conductor se aproxima al vehículo, espejos electrónicos, espejos plegables, espejos con sistema anti-frost, espejos con vidrio esférico que utilizan vidrio convexo para una mejor recepción del reflejo de la luz, etc.

La práctica habitual de la Comisión Europea, expresada en numerosas Decisiones³ en el sector de los componentes de automoción, ha sido realizar una distinción entre el mercado de la venta de los componentes a los fabricantes de vehículos y de piezas de recambio originales (el denominado mercado OEM/OES, "Original Equipment Manufacturers"/ "Original Equipment Spare Parts") y el mercado de la venta de piezas de recambio a los distribuidores independientes postventa (mercado IAM, "Independent After Market"). Esta distinción se debe a las diferentes condiciones de competencia existentes entre ambos mercados de producto, que su vez están basadas, entre otras razones, en la distinta estructura de la demanda, de los precios y del sistema de aprovisionamiento.

En el caso que nos ocupa, tanto SCHEFENACKER como ENGELMANN operan fundamentalmente en los canales OEM y OES⁴.

Por último, en el resto de los mercados en los que opera la adquirida sólo se alcanza una cuota superior al 10% en el de tapas para depósitos de gasolina, en el que no opera la adquirente, por lo que no resulta necesario cerrar una definición precisa del mercado.

Con base en lo anteriormente expuesto, este SDC analizará la incidencia de la operación notificada en los mercados de retrovisores exteriores e interiores para turismos y vehículos comerciales ligeros en los canales OEM/OES así como en el de tapas de depósitos de gasolina.

IV. 2. Mercado geográfico

Atendiendo a la naturaleza y características de los mercados considerados, se considera como ámbito geográfico relevante en la presente operación, al menos, el EEE. Esta definición del

² Caso COMP/M.2901 del 16/09/2002.

³ Casos IV/M.360 ARVIN/SOGEFI, IV/M.1491 ROBERT BOSCH/MAGNETI MARELLI, IV/M.337 KNORR-BREMSE/ALLIED SIGNAL e Informes del SDC N-129 TRELLEBORG/LAIRD, N-223 BASF/DOW AUTOMOTIVE, N-03026 VB AUTOBATTERIEN/JOHNSON CONTROL BATTERIEN.

⁴ La cuota combinada de las partes en el mercado IAM es inferior al 1% en el EEE.



mercado es compartida por la Comisión y ha sido expresada en las Decisiones enumeradas anteriormente.

La anterior consideración se basa, entre otras, en que los fabricantes de vehículos firmen acuerdos de suministro de carácter global con los fabricantes de sus componentes, al objeto de que éstos suministren a todas sus plantas de producción con independencia de su localización. Como consecuencia, la mayoría de los fabricantes de componentes de automoción desarrollan su actividad, al menos, a nivel europeo.

En particular, la fabricación de estos productos así como los gastos de su transporte no exigen, a diferencia de lo que ocurre con otros componentes, la localización de las plantas de producción en las cercanías de las plantas de ensamblaje de los fabricantes.

Se puede afirmar que la localización de las plantas de producción no determina el ámbito de ventas de las mismas. Por otra parte, se hace evidente que los costes de transporte no representan un obstáculo significativo a las operaciones intraeuropeas, al no ser significativos en relación con el precio del producto.

V. ANÁLISIS DEL MERCADO

V.1.- Estructura de la oferta

El mercado de los retrovisores para OEM/OES, al igual que el resto de mercados de componentes de automoción, constituye un mercado en expansión debido, en gran parte, al fenómeno creciente de la externalización en la fabricación de los componentes por parte de los fabricantes de vehículos. Estos últimos dedican cada vez más recursos al diseño y comercialización de los automóviles y menos a su fabricación, pasando a subcontratar de manera creciente la producción de sus componentes, principalmente los de pequeño y mediano tamaño.

El mercado español de los retrovisores para OEM/OES se caracteriza por la presencia de los más importantes operadores activos a nivel internacional, tales como MAGNA DONNELLY, FICOSA, GENTEX, MURAKAMI o ICHIKOH además de las compañías partícipes en la presente operación, grupos todos ellos con suficiente experiencia y capacidad técnica para desarrollar y producir retrovisores para todo tipo de vehículos.

A continuación se indican las cuotas de los principales suministradores de retrovisores en el EEE y en España:

Mercado EEE de retrovisores interiores (en valor)			
	2003	2004	2005
	Cuota %	Cuota %	Cuota %
MAGNA DONNELLY	n.d.	n.d.	[25-35]
SCHEFENACKER	[25-35]	[25-35]	[25-35]
GENTEX	n.d.	n.d.	[20-30]
FICOSA	n.d.	n.d.	[10-20]
GRUPO ENGELMANN	n.d.	n.d.	[0-10]
OTROS	n.d.	n.d.	[0-10]
TOTAL			100

Fuente: Estimaciones del notificante.



Mercado EEE de retrovisores exteriores (en valor)			
	2003	2004	2005
	Cuota %	Cuota %	Cuota %
SCHEFENACKER	[30-40]	[30-40]	[30-40]
FICOSA	n.d.	n.d.	[20-30]
MAGNA DONNELLY	n.d.	n.d.	[20-30]
GRUPO ENGELMANN	[0-10]	[0-10]	[0-10]
OTROS	n.d.	n.d.	[0-10]
TOTAL			100

Fuente: Estimaciones del notificante.

Como consecuencia de la operación la adquirente asume en solitario el liderazgo del mercado europeo de retrovisores interiores que ahora comparte con MAGNA DONNELLY (ambas tienen una cuota del [25-35]%) al sumar los [...] puntos correspondientes a la adquirida. En el mercado de retrovisores exteriores la cuota resultante alcanza el [30-40]%, de la que [...] puntos corresponden a la adquirida, lo que permite a SCHEFENACKER consolidar su liderazgo.

Mercado español en 2005 (valor)		
	Retrovisores exteriores	Retrovisores interiores
	Cuota %	Cuota %
SCHEFENACKER	25-30	0-5
FICOSA	65-70	55-65
MAGNA DONNELLY	0-5	25-35
GRUPO ENGELMANN	0-5	5-10

Fuente: Estimaciones del notificante.

En España, los mercados de retrovisores interiores y exteriores antes y después de la operación seguirán liderados por FICOSA. La adquirente apenas ve modificada su cuota en el mercado de retrovisores exteriores en el que es el segundo operador y asume la condición de tercer operador de la adquirida en el de retrovisores interiores.

En el caso de las tapas de depósitos de gasolina, el principal suministrador en España es MAIER MTC con una cuota superior al [10-20]% correspondiente a la adquirida. En el ámbito europeo el principal operador también es MAIER MTC con una cuota aproximada del [15-25]%, por debajo de la que se sitúa la de ENGELMANN. LABRADIO ([5-15]%), P7 ([10-20]%), además de otros productores como ITW ([5-15]%) son sus principales competidores europeos. A éstos se suman en España otros operadores como FICOSA o fabricantes franceses.

Algunos de sus principales competidores en estos mercados (MAGNA DONNELLY o FICOSA, por ejemplo) son empresas con una gama de productos más amplia que la resultante de combinar las carteras de las partes de la operación notificada.

V.2.- Estructura de la demanda

La demanda está constituida por la industria automovilística, fabricantes de equipos originales (OEM) y, en menor medida, los proveedores de equipos originales (OES).

Los principales fabricantes de equipos originales (OEM) son empresas como BMW, DAIMLER-CHRYSLER, RENAULT, FORD, VOLKSWAGEN y GENERAL MOTORS, entre otros.

Se trata de empresas o grupos empresariales con un considerable poder económico y presencia internacional, que les otorga un notable poder compensatorio.



Los fabricantes de vehículos se aprovisionan de componentes para automoción mediante procedimientos de licitación. Cada año, se celebran aproximadamente 100 concursos en el sector de los espejos retrovisores en el EEE. En consecuencia, los mercados de retrovisores se caracterizan por una intensa competencia, propia de los concursos abiertos.

Una vez seleccionada la oferta más interesante, el fabricante del vehículo junto con el proveedor elegido diseñarán y desarrollarán el componente específico conforme a las necesidades del modelo de coche a fabricar.

Tras el desarrollo conjunto del producto, la empresa proveedora fabricará y suministrará los componentes a la empresa automovilística en sus propios centros de montaje y en función de sus necesidades. El fabricante no suele encargar el suministro de la totalidad del componente a un único proveedor, siendo habitual desarrollar una política de diversificación del suministro a fin de evitar la dependencia exclusiva del proveedor con el que ha desarrollado el producto. Así, es frecuente que los fabricantes otorguen al segundo proveedor entre un 15% y un 20%, pudiendo llegar hasta un 50%, de las necesidades de un determinado componente.

V.3.- Estructura de la distribución

En términos generales, la distribución en el sector de los retrovisores (internos y externos) se realiza de forma directa. Para ello, las empresas poseen equipos de venta organizados en función de la región y de los fabricantes OEM, lo que les permite mantener un trato constante con los clientes y fortalecer las relaciones que mantienen con éstos. Asimismo, los equipos de venta locales se mantienen en estrecho contacto con los directores comerciales a nivel mundial para informar a la empresa de las necesidades del mercado.

Dado que el transporte de los productos es relativamente fácil y puede hacerse por cualquier medio de locomoción, siendo relativamente bajos los costes de transporte, es frecuente la distribución a larga distancia.

V.4.- Fijación de precios

Dentro de los retrovisores existen diferentes gamas de productos en función del grado de sofisticación requerido por el fabricante, lo cual determina el precio de los mismos.

Los modelos de retrovisores más sofisticados se suelen incorporar en vehículos de lujo o semi-lujo, cuyo volumen de fabricación es menor (lo que también justifica un precio más elevado).

V.5.- Competencia potencial - Barreras a la entrada

El mercado de los retrovisores no es un sector de alta tecnología en el que se produzcan grandes avances o innovaciones. Los esfuerzos tecnológicos se centran en el desarrollo de nuevas aplicaciones para mejorar las condiciones de visibilidad del conductor y así agilizar la conducción del vehículo. También se emplean recursos en la utilización de nuevos materiales como el aluminio o los compuestos de aleación.

De acuerdo con la notificante, no es difícil encontrar personal cualificado capaz de trabajar en el desarrollo de nuevos productos y no existen limitaciones en cuanto a las materias primas necesarias u otros factores de producción.

Asimismo, las peculiaridades propias del mercado de los retrovisores y en especial la demanda de los fabricantes de automóviles determina en general las especificaciones técnicas de los retrovisores antes incluso de su fabricación. Los procedimientos de licitación convocados por



los OEM, determinan las características técnicas de los retrovisores específicas para cada modelo de automóvil, y a menudo, son los propios OEM los que proporcionan los útiles necesarios para su fabricación.

Por otro lado, los fabricantes de retrovisores para vehículos pesados son también competidores potenciales ya que conocen suficientemente el mercado y cuentan con el necesario know-how para entrar en el mercado de manera creíble.

Las barreras a la entrada son fundamentalmente las derivadas de la normativa de homologación. En el ámbito europeo, la normativa está armonizada a través de la Directiva 2003/97/CE (modificada a su vez por la Directiva 2005/27/CE).

VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de SCHEFENACKER AG del control exclusivo del negocio operativo del GRUPO ENGELMANN mediante la compra de una serie de activos y de participaciones en sociedades del grupo.

Las principales empresas del Grupo ENGELMANN se encuentran en situación de insolvencia, estando en la actualidad gestionadas por un administrador concursal.

En el EEE, como consecuencia de la operación, la adquirente asume en solitario el liderazgo del mercado de retrovisores interiores que ahora comparte con MAGNA DONNELLY (ambas tienen una cuota del [25-35]%) al sumar los [...] puntos correspondientes a la adquirida. En el mercado de retrovisores exteriores la cuota resultante alcanza el [40-50]%, de la que [...] puntos corresponden a la adquirida, lo que permite a SCHEFENACKER consolidar su liderazgo, por delante de FICOSA ([20-30]%) y MAGNA DONNELLY ([20-30]%)

En lo que se refiere a España, tras la operación el líder seguirá siendo FICOSA con una cuota (55-65% en retrovisores interiores y 65-70% en exteriores) muy superior a la conjunta de las partes (inferior al [30-40]%) en retrovisores exteriores y al [10-20]%) en interiores). Además, la adición de cuotas como resultado de la operación es inferior al [0-10]%) en ambos mercados.

Por su parte, en el mercado de tapas de depósitos de gasolina no se produce adición alguna de cuotas. La adquirente asume la cuota inferior al [15-25]%) de la adquirida en los mercados europeo y español en los que MAIER MTC continúa siendo líder.

Los mercados europeos de retrovisores para OEM/OES cuentan con la presencia de los más importantes operadores activos a nivel internacional. Se trata de mercados abiertos a la competencia potencial de operadores de todo el mundo.

Adicionalmente, algunos de los principales competidores efectivos de las partes en estos mercados (MAGNA DONNELLY o FICOSA) son empresas con una gama de productos más amplia que la resultante de combinar las carteras de las partes de la operación notificada, por lo que no cabe considerar que la ampliación de la cartera de la adquirente resulte en un cambio significativo de la dinámica competitiva de los mercados considerados.

Por otro lado, la dinámica de los mercados de retrovisores para OEM/OES, al igual que la del resto de componentes de automoción, viene determinada por la importante presión ejercida por la demanda, constituida por un sector como el del automóvil, caracterizado por una viva competencia que ha conducido a una creciente concentración y globalización del sector.



La elevada concentración de los fabricantes de vehículos, junto con el tamaño de los pedidos que realizan, dota a estas empresas de un importante poder de negociación sobre los proveedores de sus componentes, a los que obligan a reducir progresivamente sus márgenes comerciales. Esta situación se ve acrecentada por la posibilidad de autoabastecimiento por parte de los propios fabricantes.

También hay que considerar que los operadores de estos mercados trabajan a medida, en base al pliego de condiciones impuesto por el fabricante de vehículos para quien vayan destinados los retrovisores, al diseñarse los mismos específicamente para un determinado modelo de automóvil. Esta característica del mercado confiere a los fabricantes de componentes una dependencia total respecto a sus clientes.

El mercado de los retrovisores para OEM/OES no presenta, de acuerdo con la notificante, barreras significativas a la entrada de nuevos competidores, ya que existe libre disponibilidad de materias primas, siendo la tecnología utilizada en la fabricación de estos productos bastante accesible y no excesivamente sofisticada. Tampoco supone una limitación la necesidad de adoptar una política activa de promoción de los productos, ya que ésta se realiza directamente con el cliente.

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

VII. 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.