

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1238/21

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 6 de octubre de 2021 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición, en la adquisición, del control exclusivo por BAXI CLIMATIZACION SLU, (en adelante, BAXI), una filial plenamente participada por el GRUPO BDR THERMEA (en adelante THERMEA), de Hiplus Aire Acondicionado SL (en adelante, HITECSA o TARGET) mediante la compra del 100% del capital social.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por BAXI 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 (RDC).
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **8 de noviembre de 2021, inclusive**. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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

- (4) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (5) La operación no tiene dimensión comunitaria por no alcanzar los umbrales del artículo 1 del Reglamento 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas
- (6) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.

III. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (7) La operación consiste en la adquisición del control exclusivo por BAXI CLIMATIZACION SLU, (BAXI) una filial plenamente participada por el GRUPO BDR THERMEA (THERMEA), de Hiplus Aire Acondicionado SL (HITECSA o TARGET) mediante la compra del 100% del capital social.
- (8) La operación se ha formalizado a través de un contrato de compraventa de Activos en fecha 9 de septiembre de 2021.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (9) La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Contrato de Compraventa de Acciones (en adelante,

Contrato) el cual contiene (i) una cláusula de no competencia y (ii) una cláusula de no captación.

IV.1. CLÁUSULA NO COMPETENCIA

- (10) La cláusula 12 del Contrato contiene una obligación de no competencia de [≤ 2 años] años de duración a partir de la fecha de cierre de la operación, en virtud de la cual, HITECSA se compromete a no ser propietario, dirigir, gestionar o participar en ninguna actividad o negocio idéntico o que compita con el Negocio Adquirido.
- (11) La obligación de no competencia se circunscribe a los territorios de España, Portugal, Francia e Italia.

IV.2. CLÁUSULA DE NO CAPTACIÓN

- (12) La cláusula 12.3 del Contrato, contiene una obligación de no captación en virtud de la cual, el vendedor, se compromete durante un periodo de [≤ 2 años] tras la fecha de conclusión de esta operación a no solicitar, promover ni facilitar ofertas de empleo o arrendamientos de servicios, ni a contratar empleados o miembros del equipo directivo de HITECSA.
- (13) A pesar de lo mencionado en el párrafo previo, la mencionada cláusula de no captación no impide a que sea posible la contratación cuando la persona no haya sido empleada por HITECSA en el último año o en su detrimento cuando sea posible demostrar que la contratación se ha realizado mediante anuncios generales de empleo que no estén específicamente dirigidos a la persona en particular, en cuyo caso será HITECSA quien tenga la carga de la prueba.

IV.3. VALORACIÓN

- (14) 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”*.
- (15) Teniendo en cuenta la legislación, así como 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)¹, en relación con la **cláusula de no competencia** se considera que, aunque su duración no va más allá de lo establecido en la Comunicación, su contenido excede de lo necesario para la realización de la operación, no considerándose accesorias a la misma en la medida en que excede del ámbito geográfico en el que estaba presente el negocio adquirido, quedando por tanto sujeta a la normativa sobre acuerdos entre empresas.

¹ La Comunicación establece que “las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas por un periodo máximo de tres (3) años para aquellos productos o servicios en los territorios en los que esté presente la adquirida, cuando la cesión incluye tanto la transferencia de la clientela fidelizada como el fondo de comercio y conocimientos técnicos, y por un periodo máximo de dos (2) años si solo se transfiere fondo de comercio”. Asimismo, 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) Respecto a la **cláusula de no captación**, tanto su contenido como su duración entran dentro de lo dispuesto en la Comunicación para este tipo de cláusulas, considerándose, por tanto, necesaria y accesoria a la operación.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. THERMEA

- (17) THERMEA es una compañía holandesa, matriz del Grupo BDR THERMEA.
- (18) El grupo THERMEA fabrica y distribuye productos de calefacción y agua caliente sanitaria operando en más de 70 países mediante marcas locales².
- (19) Según la notificante, en 2020 el volumen de negocios en España de THALES fue, conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia aprobado por Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero (RDC), fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE THERMEA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: notificación

V.2. HITECSA

- (20) HITECSA³ es una empresa española que fabrica y comercializa sistemas de aire acondicionado y climatización de alta eficiencia y sistemas de calefacción para instalaciones centralizadas.
- (21) De acuerdo con la Notificante, el volumen de negocio de HITECSA en España en 2020, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

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

Fuente: notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1. Mercados de producto

- (22) Los sectores económicos afectados por la operación son el sector de la fabricación de radiadores y calderas para calefacción central (Código NACE C.25.21), fabricación de aparatos domésticos (Código NACE C.27.5) y fabricación de maquinaria de ventilación y refrigeración no domestica (Código NACE C.28.25).

² Las principales marcas del Grupo son De Dietrich, Baxi, Remeha, Brötje, Chappée and Baymak.

³ HITECSA forma parte del grupo de sociedades en cartera de PHI FUND I, FCR, un fondo especializado en inversión industrial constituido en 2006.

- (23) En base a precedentes comunitarios⁴, de la CNMC⁵ y de otras autoridades nacionales de competencia⁶ se puede establecer que las Partes estarían activas en los siguientes mercados **i) fabricación y comercialización de equipos de calefacción y ii) fabricación y comercialización de equipos de refrigeración.**
- (24) Según los precedentes mencionados y tal como indica la CNMC⁷ en **el mercado de los equipos de calefacción** se pueden distinguir las siguientes categorías⁸ : (i) sistemas de calefacción por agua caliente; (ii) bombas de calor (aire acondicionado); (iii) sistemas de calefacción eléctricos; (iv) energía solar fotovoltaica; o (v) techo radiante eléctrico.
- (25) A su vez el mercado de los sistemas de calefacción por agua caliente se compone de los siguientes elementos: generadores (calderas); emisores (radiadores); complementos (acumuladores, quemadores, piezas de recambio, termostatos) y sistemas solares térmicos y bombas de calor:
- 1) En lo que respecta al mercado de calderas, los precedentes han tenido en cuenta varias segmentaciones posibles sin que se haya llegado a cerrar una definición del mercado del producto⁹.
 - 2) En lo que respecta al mercado de emisores, este comprende radiadores de aluminio, hierro fundido y acero, sin que se haya delimitado con precisión la necesidad de segmentar mercados más estrechos.
 - 3) En lo que respecta al mercado de complementos, este comprende un conjunto muy heterogéneo de productos, si bien los precedentes tampoco han delimitado con precisión la necesidad de segmentar mercados más estrechos.
 - 4) Algunos de los precedentes analizados también distinguen, mercados como el de los sistemas solares térmicos o los sistemas de bombas de calor, sin que en ninguno de los casos se haya estimado la necesidad de considerar segmentos más estrechos dentro de los mismos¹⁰.
- (26) La notificante considera únicamente apropiada la distinción realizada por la Comisión Europea entre calderas domésticas y comerciales a partir del umbral de 70 kW, no considerando cualquiera de las otras clasificaciones en relación con la operación propuesta.

⁴ En los Casos M.5573 – REMEHA GROUP / BAXI HOLDINGS y M.2657 – ROBERT BOSCH/BUDERUS; M.8121 – TRITON/FLÄCKT WOODS; M.7375 – UTC/CIAT; M.5421 – PANASONIC/SANYO; M.4271 – DAIKIN/OYL; M.2536 – FABRICOM/SULZER y M.1433 – CARRIER CORPORATION/TOSHIBA.

⁵ Expediente N-05042 HEATING PRODUCTS IBERIA / ROCA CALEFACCIÓN.

⁶ En concreto, las autoridades de Italia (procedimiento número 8949 (C4292) ELECTWEALTH/NEWMONDBAXI HOLDINGS, de fecha 30/11/2000; procedimiento número 11422 (C5460) FERROLI/LAMBORGHINI CALOR de fecha 21/11/2002; y procedimiento número 9118 (C4394) VAILLANT/HEPWORTH, de fecha 18/01/2001), Francia (decisión de fecha 9 de octubre de 2001, referente a la sociedad MERLONI TERMOSANITARI SpA (BOCCRF N° 2 de 31/01/02) o Portugal (caso 33/2005 – HPIA (BAXI)/ROCA AQUECIMENTO).

⁷ Caso N-05042 HEATING PRODUCTS IBERIA / ROCA CALEFACCIÓN, apartado V “Mercados relevantes

⁸ En función del tipo de energía empleada, el precio de compra, los costes de consumo o el canal de distribución utilizado.

⁹ Por el tipo de combustible empleado, los precedentes distinguen entre calderas de gas, gasóleo, electricidad y combustibles sólidos; Por su finalidad y/o capacidad la Comisión Europea distinguió entre calderas domésticas (aquellas con potencia < 70 kW) y calderas comerciales (potencia >70kW); Por su lugar de instalación, entre caldera mural o pared y las calderas de suelo, viniendo su uso determinado por factores tales como la dimensión del edificio o el acceso a la red de distribución de gas natural; Por su tecnología, distinguiéndose entre calderas de condensación (alta eficiencia) no condensación (eficiencia standard); Por sus características, se distingue en precedentes entre calderas combinadas (sin necesidad de sistemas de almacenamiento de agua adicionales) y calderas convencionales.

¹⁰ Casos M.5573 – REMEHA GROUP / BAXI HOLDINGS, párrafos 35-38.

- (27) La propia CNMC, en su precedente más reciente N-05042 HEATING PRODUCTS IBERIA / ROCA CALEFACCIÓN, no cerró la definición de mercados separados para las calderas domésticas o comerciales, ni mucho menos otras segmentaciones distintas¹¹.
- (28) Las distintas autoridades de competencia han definido en los precedentes señalados que **el mercado de sistemas de refrigeración** puede dividirse, entre otras, en las siguientes categorías: (i) sistemas de climatización (HVAC systems); (ii) unidades de azotea; (iii) unidades de aire; o (iv) equipos de ventilación.
- (29) En lo que respecta al mercado de sistemas de climatización, los precedentes anteriores han tenido en cuenta varias posibles segmentaciones, sin perjuicio que en muchos de los casos no se ha cerrado una definición del mercado concreta¹².
- (30) En lo que respecta al mercado de unidades de aire, este comprende unidades de aire residencial y no residencial. Las unidades de aire no son una alternativa a los sistemas descritos anteriormente, sino un complemento que puede añadirse especialmente a un sistema de climatización. En este sentido, las unidades residenciales son aquellas unidades con un caudal máximo de 250 m³/h mientras que los no residenciales poseen un caudal superior a 250 m³/h.
- (31) Algunos de los precedentes analizados también analizan, dentro del mercado de sistemas climatización, mercados más estrechos distintos a los de los sistemas de climatización o unidades de aire, como son el de las unidades de azotea o los equipos de ventilación, sin que en ninguno de los precedentes se haya estimado la necesidad de considerar segmentos más estrechos dentro de los mismos¹³.
- (32) A los efectos de la presente operación, la definición exacta de dicho mercado se puede dejar abierta, al no adquirirse ni incrementarse cuota superior al 15% para ningún segmento y ámbito geográfico considerado en precedentes.
- (33) Por tanto, a los efectos de la presente operación se consideran mercados afectados, el mercado de generadores (calderas)¹⁴ y los diferentes segmentos de mercado- considerados en precedentes, donde las partes incrementan o adquieren una cuota superior al 15%: i) el segmento de **calderas comerciales**, ii) el segmento de **calderas domésticas**¹⁵, iii) el segmento de **calderas de suelo**, el

¹¹ No obstante, la CNMC sí que cerró la segmentación entre calderas de suelo y de pared en dicho precedente.

¹² Por el tipo de potencia, los precedentes distinguen entre sistemas residenciales < 25 kW y los residenciales de > 25 kW; Por el uso final, la Comisión consideró la posibilidad de segmentar el mercado entre sistemas de aire acondicionado residencial y comercial pequeño con capacidad y potencia en <25kW; sistemas comerciales medianos (aquellas con una capacidad de potencia entre 25kW y 250kW) o sistemas comerciales grandes e industriales > 250kW; Por su tecnología o estructura del sistema, los precedentes han apuntado a la existencia de sistemas monobloque vs sistemas divididos; sistemas con conductos vs sistemas sin conductos y; sistemas portátiles vs no portátiles

¹³ M.8121 – TRITON/FLÄCKT WOODS y M.7375 – UTC/CIAT.

¹⁴ Según la notificante, las cuotas combinadas de las Partes en: (i) **el mercado de complementos**; (ii) **el mercado de bombas de calor (aire acondicionado)**; (iii) **el mercado de sistemas solares térmicos**; y (iv) **cualesquiera otros mercados en los que las actividades de las Partes pudieran considerarse coincidentes** son muy inferiores al 15%, por lo que no se consideran relevantes a los efectos de la presente operación. Respecto al **mercado de refrigeración**, como se ha mencionado anteriormente, éste no constituye un mercado relevante a efectos de la Operación Propuesta, ni siquiera, aunque se consideraran las definiciones de mercado y segmentaciones más estrechas posibles según los precedentes existentes, ya que los solapamientos horizontales entre las Partes son mínimos, siendo las cuotas de mercado combinadas muy inferiores al 15%.

¹⁵ Las actividades de las Partes únicamente se solapan en lo referente a las calderas combinadas. Según la notificante prácticamente el 95% de las calderas domésticas son calderas 2combinadas y el 100% de las calderas comerciales son convencionales, por lo que, a efectos de determinar las cuotas de mercado, el mercado de calderas combinadas se puede equiparar al mercado de calderas domésticas y el mercado de calderas convencionales se puede equiparar al mercado de calderas comerciales.

segmento de **calderas de pared**, iv) el segmento de **calderas de condensación**¹⁶.

VI.2.Mercado geográfico

- (34) En precedentes indicados se ha definido el mercado geográfico de fabricación y comercialización de equipos de calefacción y en concreto el mercado más estrecho de **calderas domésticas** como **nacional** en base a la diferenciación de marca y la necesidad de contar con una red de distribución comercial a nivel nacional.
- (35) Es más, la CNMC ha considerado como factores a tener en cuenta para considerar un mercado de **ámbito nacional**, la diferenciación de precios (en el mercado español son un 15% inferiores al resto de Europa), las diferencias de las preferencias de los consumidores nacionales y las diferentes normativas nacionales de orden técnico al margen de la normativa comunitaria que definen las características esenciales de estos equipos.
- (36) No obstante, en relación con el mercado de **calderas comerciales**, la Comisión Europea ha reconocido en su precedente más reciente que es de nivel **EEE** debido a factores tales como la capacidad de comercialización en distintos Estados miembros, la falta de barreras a la entrada, así como la intención de los clientes de este producto a suministrarse en el mercado europeo. Sin perjuicio de que la definición exacta no haya sido cerrada.
- (37) Respecto a los de equipos de refrigeración, los precedentes mencionados han considerado que los mercados de **sistemas de climatización y de equipos de ventilación** son de dimensión europea, principalmente debido a los altos niveles de comercio transfronterizo, la producción centralizada en Europa, los bajos costes de transporte y la estandarización de los productos, de modo que los mismos productos pueden venderse normalmente en todo Europa¹⁷.
- (38) En el caso del mercado de **unidades de azotea**, la Comisión Europea consideró que el ámbito geográfico relevante podía ser nacional, si bien finalmente dejó la definición exacta abierta¹⁸.
- (39) Finalmente, en cuanto a las **unidades de aire**, la Comisión Europea ha considerado que el mercado de dimensión regional o incluso nacional.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1.Estructura de la oferta

- (40) Los equipos de calefacción y sus distintos segmentos son mercados de ámbito EEE a lo sumo nacional en alguno de sus segmentos, de carácter dinámico y competitivo, existiendo competidores de ámbito internacional con fuerte consolidación en el mercado europeo tales como; Vaillant Group, Bosch, Ferroli,

¹⁶ Las actividades de las Partes únicamente se solapan en lo referente a las calderas de gas. Según la notificante prácticamente el 99% de las calderas de condensación son calderas de gas, por lo que, a efectos de determinar las cuotas de mercado, el mercado de calderas de gas puede equipararse al mercado de calderas de condensación.

¹⁷ Caso M.7375 – UTC/CIAT, párrafo 22.

¹⁸ Caso M.4271 – DAIKIN/OYL Esto se debe a las importantes variaciones de las condiciones de competencia entre los países, (el sur de Europa, los mercados se consideran maduros, la demanda es alta y la alta competencia hace que los precios sean más bajos que en el noroeste de Europa). Por otro lado, en Europa central, los precios son más bajos que en los países occidentales ya que los mercados son menos maduros.

Ariston, Viessmann, Wolf y Domusa que operan prácticamente en todos los segmentos de mercado afectados.

- (41) Según la notificante se trata de un mercado en el que existe a nivel europeo¹⁹ capacidad excedentaria en el mercado que supera el tamaño real de la demanda. Dicha capacidad productiva excedente podría utilizarse de inmediato para atender cualquier incremento en la demanda de calderas de calefacción en cualquiera de los EEMM sin costes significativos.
- (42) Según la notificante, existe una elevada homogeneidad debido principalmente a que calderas de distintas marcas comportan características básicas comunes en cuanto a la potencia, flexibilidad de la instalación, adición de accesorios o complementos. El elevado grado de homogeneidad del producto, así como la ausencia de costes operativos de cambio significativos, hace que sea un mercado en el que la competencia se establece en base al precio del producto.
- (43) El principal factor que determina el precio de los equipos de calefacción es su fabricación, por tanto, todos los costes que la misma conlleva son los componentes que representan más del 80% de los costes totales y la mano de obra (10-15%), mientras que otros costes son de carácter menor serían el transporte (2-3%) y la garantía y postventa (2-3%).
- (44) A continuación, se presentan las cuotas de las partes en el mercado de generadores (calderas) y los diferentes segmentos de este considerados en precedentes, donde las partes incrementan o adquieren una cuota superior al 15% en el ámbito geográfico relevante²⁰.

Mercado comercialización calderas de calefacción. España 2020				
Empresa	Valor		Volumen	
	M€	Cuota %	Unidades	Cuota %
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]
VAILLANT GROUP	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
BOSCH	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
FERROLI	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
ARISTON	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
Otros	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

¹⁹ La notificante desconoce la capacidad instalada en el mercado español, toda vez que Grupo BDR Thermea no fabrica en España, ya que las fábricas propias están en Holanda, Francia, Alemania e Italia, y que el mercado español de calderas comerciales supone únicamente el 3% del mercado europeo en términos de unidades instaladas

²⁰ Se muestran tablas de cuotas a nivel España de todos los mercados, y únicamente en el caso de las calderas comerciales, se incluye una tabla a nivel europeo, al haberse considerado en precedentes que el mismo podía ser de ámbito EEE.

Mercado comercialización calderas de calefacción. UE 2020		
Empresa	Unidades	Cuota Vol.%
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

Mercado comercialización calderas comerciales de calefacción (>70Kw). España 2020				
Empresa	Valor		Volumen	
	Millones€	Cuota %	Unidades	Cuota %
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
WOLF	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
VISSMANN	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
FERROLI	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
ARISTON	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
OTROS	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

Mercado comercialización calderas comerciales de calefacción (>70Kw). UE 2020		
Empresa	Unidades	Cuota Vol.%
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

Mercado comercialización calderas domésticas de calefacción (<70Kw). España 2020				
Empresa	Valor		Volumen	
	M€	Cuota %	Unidades	Cuota %
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]
Vaillant Group	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
Bosch	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
FERROLI	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
ARISTON	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
OTROS	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

Mercado comercialización calderas de suelo de calefacción. España 2020				
Empresa	Valor (millones€)		Volumen	
	M€	Cuota %	Unidades	Cuota %
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
VISSMANN	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
9WOLF	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
FERROLI	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
DOMUSA	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
OTROS	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

Mercado comercialización calderas de pared de calefacción. España 2020				
Empresa	Valor (millones €)		Volumen	
	M€	Cuota %	Unidades	Cuota %
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
VAILLANT GROUP	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
Bosch	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
FERROLI	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
ARISTON	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
OTROS	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

Mercado comercialización calderas de condensación de calefacción. España 2020				
Empresa	Valor (millones €)		Volumen	
	M€	Cuota %	Unidades	Cuota %
GRUPO BDR THERMEA	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
HITECSA	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]	[CONFIDENCIAL]	[0-5%]
Cuota Conjunta	[CONFIDENCIAL]	[20-30%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
Vaillant group	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]	[CONFIDENCIAL]	[30-40%]
Bosch	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
FERROLI	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
ARISTON	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[5-10%]
OTROS	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]	[CONFIDENCIAL]	[10-20%]
TOTAL	[CONFIDENCIAL]	100%	[CONFIDENCIAL]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

VII.2. Estructura de la demanda

- (45) La demanda tiene un poder de negociación muy elevado y goza de un amplio poder de compensación al estar constituida principalmente por grandes distribuidores (no exclusivos y que venden más de una marca) e instaladores profesionales y/o especializados (trabajan con varias marcas) que se rigen casi exclusivamente por el precio y la fiabilidad del servicio y en menor medida por una atomización de clientes medianos y pequeños que aprecian un servicio personalizado.

- (46) La demanda es también muy sofisticada. Las entidades compradoras mencionadas anteriormente conocen muy bien sus necesidades, tienen amplios conocimientos técnicos y pueden considerarse compradores muy sofisticados, lo que también reforzaría su poder de negociación frente a los proveedores.
- (47) La indiferenciación del producto y la falta de costes de cambio significativos descritos anteriormente hace que los acuerdos de distribución en exclusiva a largo plazo sean poco habituales en el mercado debido principalmente al gran poder de compra y negociación del que disfruta la demanda (que no desea atarse a contratos de distribución por plazos largos). En este sentido, los clientes gozan de una amplia libertad para cambiar de proveedor en cualquier momento²¹.

VII.3. Barreras de entrada

- (48) No existen barreras de entrada ni técnicas ni legales en el mercado de los equipos de calefacción que pueda limitar la entrada de nuevos competidores. En primer lugar, las normas técnicas y de seguridad básica que deben cumplir se establecen a nivel europeo por lo que la homologación se hace a nivel europeo, no habiendo diferenciación entre los productos vendidos en los distintos países europeos. En segundo lugar, para entrar en el mercado basta con tener una mínima presencia comercial y poner a punto un servicio de postventa. Además, no hay limitaciones que dificulten el establecimiento de una red de distribución, dada la fragmentación de la oferta a nivel minorista. Por último, no es un mercado en el que el acceso a patentes o conocimientos técnicos específicos (*know-how*) juegue un papel relevante.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (49) La operación consiste en la adquisición por parte de BAXI del control exclusivo de la empresa HITECSA mediante la compra del 100% de su capital.
- (50) Los sectores económicos afectados son la fabricación y comercialización de equipos de calefacción y de equipos de refrigeración.
- (51) La operación únicamente da lugar a solapamientos horizontales superiores al 15% a nivel nacional en (i) el mercado de generadores (calderas), con cuota conjunta del [20-30%] ([0-5%]) en valor y [20-30%] ([0-5%]) en volumen, y en diferentes segmentos de mercado dentro del mismo, concretamente en ii) el segmento de calderas comerciales con cuotas conjuntas del [30-40%]([0-5%]) en valor y del [30-40%] ([0-5%]) en volumen; (iii) el segmento de calderas domésticas con cuotas conjuntas del [20-30%] ([0-5%]) en valor y del [20-30%]([0-5%]) en volumen; (iv) el segmento de calderas de suelo [30-40%]([0-5%]) en valor y [30-40%] ([0-5%]) en volumen; y (v) el segmento de calderas de pared [10-20%] ([0-5%]) en valor y [10-20%] ([0-5%]) en volumen.

²¹ Ninguna de las Partes cuenta con contratos de distribución en exclusiva con ninguno de sus clientes.

- (52) La operación de concentración no provoca una modificación importante de la estructura del mercado ya que la adición de cuota en cualquiera de los segmentos considerados es inferior al [0-5%], no superando además la cuota conjunta en ningún caso el 35% a nivel nacional salvo en el segmento de calderas comerciales [30-40%].
- (53) La operación no da lugar a efectos verticales dado que, según la notificante, ninguna empresa controlada por el THERMEA está presente en actividades verticalmente relacionadas con las desarrolladas por HITECSA.
- (54) Tampoco se considera que la operación pueda dar lugar a efectos cartera, al ser mercados donde el suministro se organiza mediante grandes distribuidores e instaladores profesionales que, (i) tienen un fuerte poder de negociación; y (ii) para la que el precio es el factor competitivo principal, no dando lugar a que pueda vincularse el suministro de un sistema a otro. Por otro lado, además, debe tenerse en cuenta que las condiciones para la comercialización de calderas de calefacción vienen determinadas principalmente por la oferta entre diferentes suministradores de un producto relativamente indiferenciado.
- (55) Teniendo en cuenta todo lo anterior, esta Dirección de Competencia considera que no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en el mercado analizado, 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 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 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), se considera que el contenido de la cláusula de no competencia excede de lo necesario para la realización de la operación, no considerándose accesorio a la misma, quedando sujeta a la normativa de acuerdos entre empresas.