

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

C/1481/24: SONEPAR / COVAMANI - MATEL

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 9 de julio de 2024 ha sido notificada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de Sonepar Ibérica, S.A.U., sociedad controlada indirectamente por la empresa Sonepar S.A.S. (SONEPAR), del control exclusivo de Covamani S.L. (COVAMANI) y Material Eléctrico Matel Group, S.L. (MATEL), a través de la adquisición del [80-90]% y [40-50]% de las participaciones sociales de estas dos compañías respectivamente.
- (2) Entre los días 10 y 12 de julio de 2024, esta Dirección de Competencia solicitó información necesaria para la adecuada valoración de la concentración a terceros operadores. Al tiempo, se acordó la suspensión del plazo máximo para resolver el expediente de referencia.
- (3) El 15 de julio de 2024, se envió un requerimiento de información a la notificante, al tiempo que se acordó la acumulación de suspensión del plazo máximo para resolver el expediente de referencia. Se recibió respuesta el 5 de agosto de 2024.
- (4) El 23 de julio de 2024, se envió un requerimiento de información a un conjunto adicional de operadores, al tiempo que se acordó la acumulación de suspensión del plazo máximo para resolver el expediente de referencia.
- (5) Los días 23 y 30 de agosto de 2024 se envió un requerimiento de información a terceros, al tiempo que se acordó la acumulación de suspensión del plazo máximo para resolver el expediente de referencia.
- (6) Con fecha 30 de agosto de 2024, tuvo entrada un nuevo escrito de SONEPAR con información complementaria.
- (7) Con fecha 19 de septiembre de 2024 finalizó el plazo para responder a las solicitudes de información enviadas. En consecuencia, se procedió a levantar la suspensión del plazo máximo para la resolución del expediente.
- (8) La fecha límite para acordar el inicio de la segunda fase del procedimiento es el **21 de octubre de 2024**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (9) La operación de concentración económica consiste en la adquisición por parte de Sonepar Ibérica, S.A.U., sociedad controlada indirectamente por la empresa

Sonepar S.A.S. (SONEPAR), del control exclusivo de Covamani S.L. (COVAMANI) y Material Eléctrico Matel Group, S.L. (MATEL), a través de la adquisición del [80-90]% y [40-50]%¹ de las participaciones sociales de estas dos compañías respectivamente.

- (10) La operación de concentración se implementa mediante dos contratos de compraventa celebrados el 15 de mayo de 2024 con la condición suspensiva de que la operación sea aprobada por la CNMC.
- (11) 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

- (12) 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 (CE) nº139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.
- (13) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales de cuota de mercado y facturación establecidos en el artículo 8.1 de la LDC.
- (14) La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la concentración por la autoridad de defensa de la competencia de España.

4. EMPRESAS PARTICIPES

4.1. Adquirente: SONEPAR S.A.S. (SONEPAR)

- (15) SONEPAR es una sociedad, constituida bajo derecho francés, holding de un grupo que opera a nivel mundial en el sector de la distribución al por mayor de equipos de instalación y, especialmente, de equipos eléctricos.
- (16) SONEPAR opera en 40 países. En España, SONEPAR opera a través de una serie de filiales controladas indirectamente, entre ellas, Sonepar Ibérica, S.A.U., íntegramente participada por SONEPAR.
- (17) De acuerdo con la notificante, el volumen de negocio de SONEPAR en 2023, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC², fue de:

¹ Como se indica posteriormente COVAMANI controla indirectamente el [20-30]% de MATEL por lo que la participación final de SONEPAR sobre MATEL será superior al [40-50]%.
² Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SONEPAR EN 2023 (millones de euros)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[>5.000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificante.

4.2. Adquiridas: COVAMANI y MATEL.

- (18) Covamani, S.L. (COVAMANI) es la sociedad matriz del Grupo Covama, del que forma parte Covama Eléctrica, S.L.U., sociedad dedicada a la distribución y aprovisionamiento de material eléctrico en el mercado español (en concreto dispone de sucursales en Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Madrid y Baleares). Covama Eléctrica, S.L.U., es propiedad al 100% de COVAMANI.
- (19) Matel Group, S.L. (MATEL), es una sociedad participada al [20-30]% por Covama Eléctrica, S.L.U., y por tanto indirectamente por COVAMANI, que dispone de dos puntos de venta situados en las provincias de Burgos y Valladolid a través de los cuales contribuye al desarrollo de las actividades de Covama Eléctrica, S.L.U. Asimismo, MATEL posee el [90-100]% de las participaciones de Dismevea Valladolid, S.L. sociedad dedicada al aprovisionamiento y distribución de material eléctrico en España.
- (20) De acuerdo con la notificante, la facturación conjunta de COVAMANI y MATEL en 2023, calculada conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LAS SOCIEDADES ADQUIRIDAS EN 2023 (millones de euros)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<5.000]	[<250]	[>60]

Fuente: Notificante.

5. MERCADOS RELEVANTES

5.1. Mercado de distribución mayorista de material eléctrico a clientes profesionales

5.1.1. Mercado de producto

- (21) La parte notificante considera que el mercado de distribución de material eléctrico debería incluir a fabricantes y minoristas de bricolaje por cuanto ejercen una presión competitiva creciente sobre los “mayoristas tradicionales”³.

³ El término “mayorista tradicional” designa a operadores como las partes cuya actividad consiste únicamente en la distribución mayorista de productos a clientes profesionales.

- (22) Los precedentes europeos⁴ y nacionales⁵ consideran que el mercado incluye todo tipo de componentes eléctricos sin distinción entre las diferentes gamas de productos.
- (23) La Comisión Europea (CE) considera en los citados precedentes que las ventas directas de los fabricantes y las ventas de los minoristas de bricolaje (*DIY*⁶ *retailers*) a los clientes profesionales no forman parte de este mercado de producto de la distribución mayorista de material eléctrico.
- (24) A este respecto, la Dirección de Competencia realizó en 2023 un test de mercado⁷ que mostró que ni los minoristas del bricolaje ni las ventas directas forman parte de este mercado.

5.1.2. Mercado geográfico

- (25) La notificante considera que los mayoristas de productos eléctricos compiten a nivel nacional y no a nivel regional o local.
- (26) La CE ha señalado que el ámbito geográfico podría considerarse nacional siempre que las condiciones de competencia fueran homogéneas dentro de un Estado miembro⁸ y que la proximidad o inmediatez de la entrega no fueran importantes, de lo contrario la delimitación podría ser subnacional, siendo una posibilidad la de definir isócronas (de 80km)⁹.
- (27) La CNMC realizó en 2023 un test de mercado¹⁰ cuyas conclusiones arrojaron que el mercado en España tendría un ámbito geográfico inferior al nacional dejando abierto si el alcance más apropiado fuera regional, provincial, grupos de provincias contiguas o isócronas de 80 km.

5.1.3. Conclusión

- (28) La operación da lugar a un solapamiento horizontal en los mercados subnacionales de distribución de material eléctrico a clientes profesionales.

⁴ Véase el asunto COMP/M.8469 *Sonepar Italia/Sacchi*, par. 11; asunto COMP/M.4949 *Sonepar/Hagemeyer*, par. 15; asunto COMP/M.4963 *Rexel /Hagemeyer*, par. 16; asunto COMP/M.5029, *Sonepar/Rexel Germany*, par. 12

⁵ C/1338/22 *Sonepar– Rexel*; C-1369-23 *Sonepar – Digamel*.

⁶ DIY del inglés *Do It Yourself*. En España entrarían en esta categoría distribuidores como Bricomart, Bricort o Leroy Merlin, por ejemplo.

⁷ C-1369-23 *Sonepar – Digamel*.

⁸ COMP/M.4963 *Rexel/Hagemeyer*, par. 27.

⁹ COMP/M.5029 *Sonepar/Rexel Germany*, par. 22.

¹⁰ C-1369-23 *Sonepar – Digamel*.

5.2. Mercado de aprovisionamiento de material eléctrico

5.2.1. Mercado de producto

- (29) La CE¹¹ y la CNMC¹² han considerado que el mercado incluye la venta de productos eléctricos de los fabricantes a una variedad de clientes, incluidos los mayoristas tradicionales, pero también los minoristas de bricolaje.
- (30) La práctica de la CE ha sido delimitar los mercados de aprovisionamiento distinguiendo familias o gamas de productos¹³:
- (i) cables;
 - (ii) fuentes y equipos de iluminación;
 - (iii) equipos de instalación, como paneles de automatización y transformadores;
 - (iv) productos de HVAC (calefacción, ventilación y aire acondicionado); y
 - (v) productos de comunicación y seguridad, como equipos de detección, vigilancia, control de acceso y transmisión de voz y datos.

5.2.2. Mercado geográfico

- (31) La notificante considera que el mercado puede tener escala de EEE o superior debido, por ejemplo, a la existencia de sistemas de descuentos a nivel europeo, establecidos con clientes que operan en varios estados miembros.
- (32) Tanto la CE¹⁴ como la CNMC¹⁵ han considerado en decisiones anteriores que el alcance geográfico sería nacional, fundamentalmente debido a las especificidades de los productos, normas, reglas, etiquetas y precios.

5.2.3. Conclusión

- (33) La operación da lugar a un solapamiento horizontal en el mercado nacional de aprovisionamiento de equipos eléctricos a fabricantes, en concreto en los siguientes productos eléctricos: cables, equipos de iluminación, de instalación y HVAC.

¹¹ COMP/M.4963 *Rexel/Hagemeyer*.

¹² C/1338/22 *Sonepar– Rexel* y C-1369-23 *Sonepar – Digamel*.

¹³ Véase el asunto COMP/M.8469 *Sonepar Italia/Sacchi*, par.15; asunto COMP/M.4963, *Rexel/Hagemeyer*, par. 24; asunto COMP/M.5029, *Sonepar/Rexel Germany*, par. 20.

¹⁴ COMP/M.8469 *Sonepar Italia/Sacchi*, par.20; asunto COMP/M.5029, *Sonepar/Rexel Germany* par. 25.

¹⁵ C/1338/22 *Sonepar– Rexel*; C-1369-23 *Sonepar – Digamel*.

6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

6.1. Estructura de la oferta

- (34) En el mercado de aprovisionamiento aguas arriba, los mayoristas compran equipos eléctricos a los fabricantes.
- (35) En el mercado de distribución aguas abajo los mayoristas tradicionales venden los productos eléctricos a los clientes profesionales.
- (36) SONEPAR, COVAMANI y MATEL son mayoristas tradicionales de productos eléctricos. SONEPAR, la adquirente, tiene presencia en todo el territorio nacional mientras que COVAMANI y MATEL, las empresas adquiridas, lo hacen en Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Madrid y Baleares.

6.1.1. Cuotas de mercado

- (37) Las cuotas de mercado en valor de las partes a nivel de Comunidad Autónoma o provincia en 2023 serían las siguientes:

Mercado de distribución mayorista de productos eléctricos			
CCAA/Prov.	Sonepar	Soc. Adquiridas	Cuota Conjunta
Andalucía	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%
--- Jaén	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%
Baleares	[20-30]%	[0-5]%	[20-30]%
Castilla-La Mancha	[20-30]%	[0-5]%	[30-40]%
--- Ciudad Real	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%
--- Toledo	[20-30]%	[0-5]%	[30-40]%
Castilla y León	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%
--- Burgos	[30-40]%	[5-10]%	[30-40]%
--- Valladolid	[10-20]%	[10-20]%	[30-40%]
Madrid	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%

Fuente: estimaciones de las partes

- (38) El análisis de las cuotas de mercado en valor medidas con isócronas de 80km a partir de los puntos de venta de las empresas adquiridas arroja estos resultados.

Mercado de distribución mayorista de productos eléctricos Cuotas en valor en 2023 para isócronas de 80km			
Establecimiento de Covamani o Matel	Sonepar	Soc. Adquiridas	Cuota Conjunta
Jaén	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%
Ciudad Real 1	[30-40]%	[10-20]%	[40-50]%
Ciudad Real 2	[0-5]%	[10-20]%	[10-20]%
Toledo	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
Burgos	[20-30]%	[5-10]%	[30-40]%
Valladolid 1	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
Valladolid 2	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%
Madrid 1	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Madrid 2	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Madrid 3	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Madrid 4	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%
Mallorca	[10-20]%	[0-5]%	[20-30]%

Fuente: estimaciones de las partes

- (39) Con el análisis en provincias limítrofes se obtendrían estas cuotas de mercado en valor para el año 2023.

Mercado de distribución mayorista de productos eléctricos			
Provincia	Sonepar	Sociedades Adquiridas	Cuota Conjunta
Jaén, más provincias limítrofes	[10-20]%	[0-5]%	[20-30]%
Mallorca, Jaén, más provincias limítrofes	[20-30]%	[0-5]%	[20-30]%
Ciudad Real, más provincias limítrofes	[20-30]%	[0-5]%	[20-30]%
Toledo, más provincias limítrofes	[10-20]%	[5-10]%	[10-20]%
Burgos, más provincias limítrofes	[10-20]%	[0-5]%	[10-20]%
Valladolid, más provincias limítrofes	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%
Madrid, más provincias limítrofes	[5-10]%	[5-10]%	[10-20]%

Fuente: estimaciones de las partes

- (40) Respecto a los mercados de aprovisionamiento para los distintos bienes, en el caso de los cables se alcanza una cuota conjunta en valor en 2023 a nivel nacional del [10-20]% (adición del [0-5]%).

Mercado de aprovisionamiento de cables eléctricos en España en 2023		
Empresa	Cuota Valor	Cuota porcentual
Sonepar	[CONF.]	[10-20]%
Sociedades Adquiridas	[CONF.]	[0-5]%
Cuota Conjunta	[CONF.]	[10-20]%
Electro Stocks	[CONF.]	[5-10]%
Elektra	[CONF.]	[5-10]%
Noria Logística	[CONF.]	[5-10]%
Total del mercado	931.000.000	100%

Fuente: estimaciones de las partes

- (41) En el mercado de fuentes y equipos de iluminación a nivel nacional se alcanza una cuota conjunta en valor en 2023 del [20-30]% (adición del [0-5]%).

Mercado de aprovisionamiento de fuentes y equipos de iluminación en España en 2023		
Empresa	Cuota Valor	Cuota Porcentual
Sonepar	[CONF.]	[10-20]%
Sociedades Adquiridas	[CONF.]	[0-5]%
Cuota Conjunta	[CONF.]	[20-30]%
Elektra	[CONF.]	[5-10]%
Electro Stocks	[CONF.]	[10-20]%
Noria Logística	[CONF.]	[5-10]%
Total del mercado	535.000.000	100%

Fuente: estimaciones de las partes

- (42) En el mercado de equipos de instalación a nivel nacional se alcanza una cuota conjunta en valor en 2023 del [10-20]% (adición del [0-5]%).

Mercado de aprovisionamiento de equipos de instalación en España en 2023		
Empresa	Cuota Valor	Cuota Porcentual
Sonepar	[CONF.]	[10-20]%
Sociedades Adquiridas	[CONF.]	[0-5]%
Cuota Conjunta	[CONF.]	[10-20]%
Elektra	[CONF.]	[5-10]%
Electro Stocks	[CONF.]	[5-10]%
Noria Logística	[CONF.]	[5-10]%
Total del mercado	2.576.120.000	100%

Fuente: estimaciones de las partes

6.1.2. Canales de distribución

- (43) Desde el punto de vista de la integración vertical, los mayoristas tradicionales basan su negocio en la distribución del material eléctrico adquirido a los fabricantes. No obstante, algunos mayoristas tradicionales han desarrollado en ocasiones sus propios productos de marca blanca para una selección limitada

de productos “complementarios”¹⁶. En el caso presente, las sociedades adquiridas [CONF.].

- (44) Respecto al sistema de fijación de precios tanto la notificante como el test de mercado coinciden en que el nivel de precios se haya vinculado principalmente al precio de las materias primas y al nivel de tecnología incorporada al producto. Al respecto, tanto el test de mercado como la notificante resaltan la importancia de los volúmenes de compra (tanto en el mercado aguas arriba como aguas abajo) como determinante del nivel final de precios.
- (45) Adicionalmente, algunos operadores consultados han señalado que los niveles finales de precio pudieran estar más condicionados por las negociaciones entre fabricantes y distribuidores que entre distribuidores y clientes finales, si bien el test de mercado no es concluyente al respecto.
- (46) Por último, una mayoría de operadores consultados en el test de mercado han manifestado que los niveles de precios son relativamente homogéneos en el territorio nacional, si bien algunos operadores han destacado que estos pueden variar entre regiones por diversas razones como, a modo de ejemplo, el interés de un fabricante de incrementar su cuota de mercado en un área geográfica específica o el mayor peso de los costes logísticos.

6.2. Estructura de la demanda

- (47) El mercado de la distribución mayorista de material eléctrico es un mercado maduro tal y como confirma la unanimidad de los operadores consultados durante la realización del test de mercado.
- (48) Tanto el test de mercado como la notificante señalan que existe un alto grado de sustituibilidad de las marcas y los productos. El test de mercado ha revelado que la competencia entre los mayoristas tradicionales es intensa siendo las siguientes consideraciones las más valoradas por los clientes profesionales: (i) el precio final (ii) el plazo de entrega (iii) el soporte técnico, y en menor medida, (iv) el número de marcas y referencias con las que trabaja el mayorista.
- (49) Los clientes de productos eléctricos pueden clasificarse en las siguientes categorías: instaladores y empresas de instalaciones, clientes industriales, empresas de servicios públicos y, en cierta medida, minoristas. La notificante señala que los clientes, particularmente las grandes empresas, tienen un fuerte poder de compra.

¹⁶ Tal es el caso de SONEPAR que cuenta con una gama limitada de productos de marca blanca denominados *Tradeforce* (herramientas y equipos de seguridad) y *Lit by Cardy* (Iluminación).

6.3. Barreras de entrada, competencia potencial e innovación

- (50) En el test de mercado (al igual que en el de precedentes¹⁷), no se han detectado barreras de entrada relevantes en el mercado de distribución mayorista.
- (51) En concreto la mayoría de los operadores consultados han indicado que las principales barreras de entrada que debería afrontar cualquier nuevo operador serían aquellas inherentes al negocio, como pueda ser el acceso al capital necesario (debido a los altos niveles de stocks), alcanzar acuerdos de distribución con los principales fabricantes de material eléctrico o disponer de personal debidamente formado.
- (52) Por su parte, las economías de escala son importantes en los mercados aguas abajo, ya que los clientes esperan que los mayoristas tradicionales tengan una selección de productos ofrecidos a un precio competitivo.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (53) La operación consiste en la adquisición de control indirecto y exclusivo de COVAMANI y MATEL por parte de SONEPAR, a través de Sonepar Ibérica, S.A.U., mediante la adquisición del [80-90]% y [40-50]% de las participaciones sociales de estas dos compañías respectivamente.
- (54) La concentración supone el reforzamiento de SONEPAR en los mercados nacionales de aprovisionamiento de fabricantes de cables, equipos de iluminación y equipos de instalación con cuotas conjuntas en valor en 2023 comprendidas entre [10-20] y el [20-30]% (con adiciones inferiores al 5%). En todos estos mercados las adiciones son moderadas y existen competidores relevantes.
- (55) Asimismo, la operación refuerza la posición de SONEPAR en el mercado de distribución mayorista de productos eléctricos en ciertas regiones y provincias. En particular, las partes alcanzan una cuota superior al 30% en la región de Castilla-La Mancha ([30-40]%, adición del [0-5]%) y en las provincias de Ciudad Real ([40-50]%, adición del [10-20]%), Toledo ([30-40]%, adición del [0-5]%), Burgos ([30-40]%, adición del [5-10]%) y Valladolid ([30-40]%, adición del [10-20]%). Los análisis realizados a partir de isócronas de 80km o por regiones formadas por provincias limítrofes muestran resultados [CONF.].
- (56) Sin embargo, varios factores mitigarían el riesgo de posibles efectos horizontales.
- (57) En primer lugar, de la información facilitada por la notificante y la información recabada durante la realización del test de mercado se desprende que existen otros importantes distribuidores mayoristas de material eléctrico que operan a

¹⁷ C-1369-23 Sonepar – Digamel

nivel nacional, incluyendo Castilla y León y Castilla-La Mancha, tales como GRUPO ELECTRO STOCKS, ELEKTRA, SALTOKI o NORIA LOGÍSTICA.

- (58) En segundo lugar, el test de mercado muestra que, tras la adquisición, será difícil para SONEPAR absorber la totalidad de la cuota de mercado que hasta ahora ostentaban COVAMANI y MATEL por dos motivos. Por un lado, porque el test de mercado, en línea con lo indicado en los precedentes, muestra que para los clientes profesionales es importante diversificar sus fuentes de aprovisionamiento para reducir los riesgos de suministro. Por otro lado, porque diferentes operadores consultados han manifestado que la adquisición de COVAMANI y MATEL conlleva unos procesos de integración que podrían aprovechar terceros operadores para incrementar su cuota de mercado a costa de las partes. En línea con lo expuesto puede destacarse que la cuota de mercado de SONEPAR en España ha venido descendiendo durante los últimos 3 años (de [10-20]% a [10-20]%), a pesar de las últimas adquisiciones¹⁸, mientras que la cuota de mercado de sus 4 principales competidores a nivel nacional ha venido creciendo (pasando de una cuota agregada del [20-30]% al [30-40]%).
- (59) En tercer lugar, la mayoría de los operadores consultados durante el test de mercado (incluyendo aquellos que operan en las provincias de Castilla y León y Castilla-La Mancha donde las partes tienen mayores cuotas y/o solapamientos) consideran que la operación no alterará las dinámicas competitivas del mercado de distribución de material eléctrico, con independencia de su área geográfica de influencia.
- (60) En cuarto lugar, el test de mercado ha revelado que la demanda de material eléctrico es elástica y que los clientes profesionales buscan activamente proveedores alternativos, por lo que sería difícil que la operación resultante se traduzca en un incremento de los precios de venta (o un deterioro de las condiciones) a clientes profesionales.
- (61) En quinto lugar, tanto el test de mercado como la notificante confirman que en el mercado de distribución de material eléctrico existe también un cierto poder compensador de la demanda proveniente de los grandes clientes.
- (62) En sexto lugar, el test de mercado muestra que algunos clientes profesionales consideran que son los fabricantes, y no los distribuidores, quienes determinan esencialmente los niveles de precios del material eléctrico y que la operación podría mejorar la capacidad de compra de la entidad resultante lo que, a su vez, potencialmente, podría redundar en el beneficio de los clientes finales.

¹⁸ C/1338/22 Sonepar– Rexel; C-1369-23 Sonepar – Digamel.

- (63) En séptimo lugar, tanto el test de mercado como los precedentes nacionales y comunitarios¹⁹ señalan que no existen barreras significativas para la entrada de competidores en el mercado, así como tampoco se han identificado costes de cambio para los clientes profesionales.
- (64) Adicionalmente, cabe señalar que el test de mercado efectuado durante la tramitación del expediente C/1369/23 SONEPAR - DIGAMEL reveló que tanto los fabricantes como, en menor medida, los minoristas del bricolaje y los operadores en línea ejercen cierta presión competitiva (pese a no operar en el mismo mercado relevante) tanto en precio como en condiciones comerciales.
- (65) Asimismo, se descartan efectos verticales debido a que, si bien las partes refuerzan su posición en el mercado de distribución mayorista, el mercado de aprovisionamiento es de carácter nacional, hay competidores relevantes y existe un notable poder compensatorio de la oferta por parte de los fabricantes.
- (66) En consecuencia, esta Dirección de Competencia considera que la presente concentración no supone una amenaza para la competencia efectiva en los mercados afectados.

¹⁹ COMP/M.5029, *Sonepar/Rexel Germany*, C/1338/22 Sonepar– Rexel; C-1369-23 Sonepar – Digamel.

8. 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.