



## INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

**N-04089**

**ZODIAC / POLARIS**

Con fecha 9 de diciembre de 2004 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición de control exclusivo por parte de ZODIAC S.A. de POLARIS POOL HOLDINGS CORPORATION, [...].

La notificación ha sido realizada por ZODIAC S.A., 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, con fecha 22 de diciembre de 2004, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada el 29 de diciembre de 2004.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **17 de enero de 2004**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

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.

### **I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

La operación consiste en la adquisición del control exclusivo por parte de ZODIAC S.A. sobre POLARIS POOL HOLDINGS CORPORATION [...]

La operación se instrumenta a través de un Acuerdo de Fusión de fecha 24 de noviembre de 2004, estando su ejecución condicionada a la autorización por parte de las autoridades de defensa de la competencia. Además de notificarse España, también se ha notificado en los Estados Unidos.



## II. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) nº 139/2004, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su Artículo 1.

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 PARTICIPES

### III.1. ZODIAC S.A. (“ZODIAC”)

La adquirente es una sociedad francesa matriz del Grupo ZODIAC. Cotiza en el Primer Mercado de la Bolsa de París<sup>1</sup>. El grupo está integrado por más de 60 empresas que realizan un [...] de sus ventas en Europa y un [...] en América.

Se trata de un grupo dedicado a la fabricación de numerosos productos en distintas áreas de negocio: sistemas de seguridad aérea (17,23% del volumen de negocio), sistemas de control y gestión del funcionamiento para aviones (26,49%), equipos para compañías aéreas (22,21%), materiales y productos con alto contenido tecnológico (12,81%) y marina –náutica y piscinas- (21,26%).<sup>2</sup>.

Dentro del negocio de equipamiento para piscinas, ZODIAC fabrica los siguientes productos:

- Piscinas: piscinas inflables, piscinas fuera de suelo rígidas, piscinas flexibles desmontables, piscinas fuera de suelo de resina, piscinas de acero, piscinas en kit enterradas y accesorios y sistemas de filtración.
- Equipamiento y cuidado de piscinas: incluye sistemas de calefacción, limpiadores automáticos y sistemas de tratamiento del agua y cuidado de piscinas.

En España ZODIAC cuenta con cuatro filiales participadas al 100%: SICMA AEROSEAT ESPAÑA (fabricación de asientos para compañías aéreas), ZODIAC AUTOMOTIVE ESPAÑA (fabricación y diseño de airbags), ZODIAC ESPAÑOLA (fabricación de embarcaciones) y ZODIAC POOL IBÉRICA (sistemas y equipamientos para el mantenimiento de piscinas)

<sup>1</sup> El mayor accionista de la sociedad es la familia Domange que posee un 17,1% del capital.

<sup>2</sup> La división de piscinas comprende filiales en Francia, Alemania, Italia, Australia, EEUU, España, Canadá y Sudáfrica.



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

Volumen de ventas de ZODIAC S.A. (Millones de euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

### III.2. POLARIS POOL HOLDINGS CORPORATION (“POLARIS”)

La adquirida es una sociedad norteamericana que opera en el sector de la fabricación y comercialización de sistemas y productos para el mantenimiento y cuidado de piscinas.

Los productos para equipamiento de piscinas comprenden limpiadores automáticos, sistemas de automatización, sistemas para el mantenimiento<sup>4</sup>, aparatos para la iluminación, dispositivos para la ornamentación acuática y accesorios.

POLARIS opera en España a través de POLARIS POOL INTERNATIONAL S.A.U. (PPI), de la que tiene el 100% del capital.<sup>5</sup>

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 POLARIS. (Millones euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación

<sup>3</sup> La facturación en 2003 del negocio de equipamiento y cuidado de piscinas fue de [...] en el mundo, [...] en Europa y [...] en España.

<sup>4</sup> De acuerdo con la notificación POLARIS no comercializa sistemas para el mantenimiento de piscinas ni en España ni en el resto de Europa.

<sup>5</sup> [...]

## IV. MERCADOS RELEVANTES

### IV.1. Mercado de producto

La operación notificada se enmarca en el ámbito de los productos para el mantenimiento y cuidado de las piscinas y, en particular, en el de la fabricación de limpiadores.

La limpieza del fondo y paredes del vaso de piscinas se puede llevar a cabo mediante limpiadores manuales y automáticos<sup>6</sup>.

- Los limpiadores manuales son aquellos que requieren de la presencia de una persona en la limpieza que se encarga de ir desplazando el limpiador por toda la piscina.
- Los limpiadores automáticos son aquellos que no requieren la presencia de una persona de una forma activa en el proceso de limpieza.

La notificante considera que cabría plantarse la posibilidad de un único mercado de limpiadores de piscinas<sup>7</sup> dado que ambos cumplen una función similar. Sin embargo, por una parte, el coste de los automáticos es sensiblemente superior y, por otra, las condiciones de uso de ambos tipos de limpiador son significativamente diferentes, lo que limita la sustituibilidad entre unos y otros.

Dentro de los limpiadores automáticos cabe considerar las siguientes tecnologías<sup>8</sup>:

- Limpiadores por aspiración: se trata del tipo de limpiador automático más extendido en España y es el que tiene la tecnología más básica. Estos limpiadores se conectan al sistema de filtrado de la piscina (generalmente a través del skimmer o a la toma del limpia-fondos) y se desplazan automáticamente gracias a la potencia de la bomba de la piscina. La suciedad aspirada queda en el filtro de la depuradora de la propia piscina. Realizan una exploración aleatoria del suelo de la piscina (no de las paredes) de modo que la cobertura de la misma no es óptima. No parece recomendable para piscinas de dimensiones grandes.
- Limpiadores por presión: pueden estar conectados a la bomba de filtración de la piscina (no requiere instalación previa) o a una bomba de sobre-alimentación. Este último caso debe preverse durante la construcción de la piscina y requiere la intervención de un profesional. Llevan incorporados su propio filtro, donde queda acumulada la suciedad. Tienen una cobertura uniforme de todo el suelo del vaso pero no limpia las paredes.
- Limpiadores eléctricos: se trata de los más sofisticados. Funcionan con corriente eléctrica de baja tensión y de forma independiente al sistema de filtrado, actuando como robots cuyo desplazamiento se programa previamente. Llevan incorporado su propio filtro, donde queda

---

<sup>6</sup> En España sólo un 33% de las piscinas tienen limpiadores automáticos frente al 75% de Francia.

<sup>7</sup> La Decisión ZODIAC/PSA del Ministerio de Economía francés de 9 de enero de 2004 señala: "En lo que se refiere a los limpiadores automáticos que permiten limpiar el fondo y las paredes de la piscina, la parte notificante considera que constituyen un mercado separado de los instrumentos que requieren una intervención humana a lo largo del proceso de limpieza (limpiadores manuales y otros equipos de aspiración) debido al hecho de que su precio es sensiblemente más elevado por la tecnología que requieren"

<sup>8</sup> Adicionalmente cabe mencionar los sistemas integrados o in-floor. Estos deben instalarse en el momento de construcción de la piscina. Producen unos chorros de agua a través de unos sistemas giratorios en el suelo que hacen circular el agua que se filtra a través de la depuradora. Sólo la adquirida comercializa estos limpiadores en Europa pero, de acuerdo con la notificación, su penetración es irrelevante en comparación con la de otros competidores.

acumulada la suciedad. Disponen de un mando a distancia y su uso es más sencillo que el de los anteriores pero su coste es mayor. De este modo se puede hacer una limpieza completa de la piscina. Además en muchos casos no sólo limpia el suelo, sino que también es posible limpiar las paredes del vaso. Por último, no sólo absorben la suciedad sino que pueden desarrollar otras tareas como el cepillado o el barrido de las paredes y la aplicación de productos químicos sobre las mismas.

Desde el punto de vista de la demanda, si bien los distintos tipos de limpiadores tienen la misma finalidad, las características físicas y la idoneidad de un tipo u otro varía en función de las necesidades del consumidor. Así, los modelos de aspiración y eléctrico no requieren una preinstalación ni una bomba complementaria mientras que los modelos de presión (con alguna excepción) requieren preinstalación. Además, la eficacia de uno u otro tipo de limpiador depende de otros factores como el tipo de suciedad a eliminar<sup>9</sup> o el tipo de piscina<sup>10</sup>.

La utilización de un tipo u otro de limpiador está estrechamente ligado al coste de la piscina. Así por ejemplo, cuando un consumidor final construye una piscina sin contar con los servicios de profesionales especializados o adquiere piscinas prefabricadas, lo normal será que adquiere limpiadores por aspiración. Los limpiadores eléctricos son, con diferencia, mucho más caros que los de presión o los de aspiración.

A la luz de las consideraciones anteriores, este Servicio considera que el mercado de producto relevante no es más amplio que el de limpiadores automáticos de piscinas, pudiendo ser relevante, asimismo su segmentación por tecnologías.

Así, puesto que el resultado del análisis no varía sustancialmente en función de una u otra definición del mercado de producto, se analizará el impacto de la operación sobre el mercado de limpiadores automáticos en su conjunto y sobre cada uno de los segmentos o tecnologías que lo integran y en los que las partes tienen una presencia significativa: aspiración, presión y eléctricos.

## **IV.2. Mercado geográfico**

Desde el punto de vista de la demanda, España presenta algunas particularidades por el clima, la distribución (distribuidores regionales) o la inversión en diseño, asesoramiento y ejecución que el consumidor español está dispuesto a realizar en una piscina que es, generalmente, inferior a la que se realiza en Francia o Italia.

---

<sup>9</sup> Los de aspiración son mejores para el polvo y la arena mientras que los de presión son mejores para las hojas de los árboles. Por ello, los primeros operan mejor en zonas áridas y los segundos en zonas frondosas.

<sup>10</sup> Por ejemplo, los limpiadores por aspiración no suelen dar un rendimiento óptimo en las piscinas grandes o los limpiadores eléctricos ven mermado su rendimiento en función del tipo de ángulos de la piscina lo que generalmente depende de la calidad de su concepción y construcción.

Así, por ejemplo, el consumidor español se inclina en mucha mayor medida que el europeo hacia la tecnología de aspiración

Peso específico de los segmentos sobre el total en 2003				
	ESPAÑA		EUROPA	
Segmento	Unidades	Facturación	Unidades	Facturación
Aspiración	[...]	[...]	[...]	[...]
Presión	[...]	[...]	[...]	[...]
Eléctrico	[...]	[...]	[...]	[...]

Fuente: notificación

Sin embargo, como indica la notificante, los distintos fabricantes están presentes en casi todos los países, con cuotas similares dentro de los segmentos correspondientes a cada tecnología, con una política de precios uniforme y con una fuerte participación de los grandes distribuidores también en un plano supranacional.

En cualquier caso, a los efectos del sistema español de control de concentraciones, cuya declarada finalidad es asegurar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado español, se analizarán los efectos de esta operación en el territorio nacional.

## V. ANÁLISIS DEL MERCADO

EEUU y Canadá constituyen el principal mercado mundial de tratamiento y cuidado de piscinas y, en particular, de limpiadores automáticos. ZODIAC vende un [50-60%] de su producción en este área y POLARIS un [80-90%].

VENTAS DE LIMPIADORES AUTOMÁTICOS POR ZONA GEOGRÁFICA EN 2003 (en %)				
	TOTAL AUTOMÁTICOS	ASPIRACIÓN	PRESIÓN	ELÉCTRICO
Norteamérica	[...]	[...]	[...]	[...]
Oceanía	[...]	[...]	[...]	[...]
Sudáfrica	[...]	[...]	[...]	[...]
Europa occidental	[...]	[...]	[...]	[...]
España	[...]	[...]	[...]	[...]

Fuente: notificante

Las ventas de limpiadores automáticos en España apenas suponen un [0-10%] de las ventas mundiales (un [0-10%] de las de ZODIAC y un [0-10%] de las de POLARIS).

El mercado de limpiadores automáticos europeo se estima en unas [...] unidades y [...] millones de euros. El mercado español de limpiadores automáticos se estima en [...] unidades y [...] millones de euros.

En todo caso, el mercado español presenta un elevado crecimiento (37% desde 1999). El segmento de presión, el minoritario con menos del 10% del mercado de limpiadores, es el menos

dinámico (crece un 12% desde 1999). El segmento de limpiadores eléctricos es el que registra un mayor crecimiento desde 1999 (83%).

<b>IMPORTANCIA Y CRECIMIENTO DE LOS DISTINTOS SEGMENTOS DE LIMPIADORES AUTOMÁTICOS EN ESPAÑA</b>			
<b>Segmento</b>	<b>% en unidades</b>	<b>% en facturación</b>	<b>Crecimiento desde 1999 en %</b>
<b>Aspiración</b>	[...]	[...]	<b>35</b>
<b>Presión</b>	[...]	[...]	<b>12</b>
<b>Eléctrico</b>	[...]	[...]	<b>83</b>
<b>Total automático</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>37</b>

Fuente: notificante

Por último, la notificante apunta algunos rasgos característicos del mercado de limpiadores automáticos:

1. Las empresas fabricantes actúan en varios países<sup>11</sup> a través de distribuidores que trabajan a escala supranacional, nacional y regional. De esta forma, no es necesario contar con una red de distribución propia. Casi todos los operadores están presentes en los cuatro mayores mercados europeos: Francia, Italia, España y Portugal
2. El nivel de aceptación de las distintas tecnologías oscila entre países: en España los limpiadores por aspiración son los más vendidos, en Francia se imponen los de presión y en Italia los eléctricos.
3. La mayoría de los operadores determina sus precios de manera uniforme para estos países. Posteriormente estos precios se adaptan, mediante descuentos, a las características de los distribuidores (tamaño de su pedido y de su red).
4. La política de distribución habitual consiste en actuar a través de distribuidores mayoristas que pueden llegar a contar, como es el caso de ASTRAL o SCP, con redes de distribución activas en varios países. Los mayoristas, a su vez, venden a minoristas, constructores o instaladores de piscinas. Estos mayoristas actúan como prescriptores para los clientes finales y tienen un importante poder de negociación frente a los fabricantes.
5. Los fabricantes suelen operar de forma paralela en distintos segmentos:

<b>Fabricantes de limpiadores automáticos de piscinas por segmentos</b>			
	<b>Limpiadores por aspiración</b>	<b>Limpiadores por presión</b>	<b>Limpiadores eléctricos</b>
<b>ZODIAC</b>	SI	SI	SI
<b>POLARIS</b>	SI	SI	[NO]
<b>HAYWARDS</b>	SI	SI	NO
<b>PENTAIR</b>	SI	SI	NO
<b>MAYTRONICS</b>	NO	NO	SI

<sup>11</sup> Así POLARIS fabrica todos sus equipos en su planta en Vista, California. ZODIAC, por su parte, fabrica sus limpiadores eléctricos en Toulouse y los limpiadores de presión y aspiración son producidos parcialmente en Sudáfrica y EEUU para ser ensamblados en dos plantas del grupo en Lyon.

Fabricantes de limpiadores automáticos de piscinas por segmentos			
	Limpiadores por aspiración	Limpiadores por presión	Limpiadores eléctricos
<b>AQUAPRODUCTS</b>	NO	NO	SI
<b>PONTOON</b>	SI	NO	NO
<b>QUESTA</b>	SI	NO	NO

Fuente: informaciones del notificante

## V.1. Estructura de la oferta

En Europa, y tras la operación, ZODIAC pasa a contar con una cuota del [40-50%] del mercado de limpiadores automáticos. Por segmentos, ZODIAC no modifica su posición en el de limpiadores eléctricos, [50-60%] en el de aspiración al sumar el [10-20%] de POLARIS y adquiere la cuota del [80-90%] de POLARIS en el segmento de presión<sup>12</sup> en el que su presencia es incipiente.

Cuotas de mercado por fabricantes en Europa en 2003							
ASPIRACIÓN		PRESIÓN		ELÉCTRICO		TOTAL	
ZODIAC	[40-50%]	ZODIAC	[0-10%]	ZODIAC	[25-35%]	ZODIAC	[20-30%]
POLARIS	[10-20%]	POLARIS	[80-90%]	OTROS	[65-75%]	POLARIS	[10-20%]
OTROS	[40-50%]	OTROS	[0-10%]			OTROS	[50-60%]
Incluye: RAUDO, TECNOCLEAN, SNTE, QUESTA		Incluye: PENTAIR, HAYWARD, PRAHER		Incluye: MAYTRONICS, AQUA VAC, AQUAPRODUCTS, MEL-FRANCE, HEXA-SYSTEMS...		Incluye: RAUDO, TECNOCLEAN, SNTE, QUESTA, PONTOON, AQUA VAC, PRAHER, AQUAPRODUCTS, etc.	

Fuente: estimaciones del notificante

En España, como resultado de la operación, la cuota de ZODIAC en el mercado de limpiadores automáticos pasa del [30-40%] al [50-60%]. En el segmento de aspiración, la cuota de ZODIAC pasa del [40-50%] al [60-70%], en el de presión (en el que ZODIAC no está presente) adquiere el [80-90%] correspondiente a POLARIS, y en el segmento de limpiadores eléctricos no cambia su situación puesto que la adquirida no desarrolla actividad alguna.

Cuotas de mercado por fabricantes en España en 2003							
ASPIRACIÓN		PRESIÓN		ELÉCTRICO		TOTAL	
ZODIAC	[40-50%]	POLARIS	[80-90%]	MAYTRONICS	[50-60%]	ZODIAC	[30-40%]
HAYWARD	[20-30%]	PENTAIR	[10-20%]	AQUAPRODUCTS	[30-40%]	MAYTRONICS	[10-20%]
POLARIS	[10-20%]			ZODIAC	[15-25%]	POLARIS	[10-20%]
POLARIS	[5-15%]					HAYWARD	[10-20%]
PENTAIR	[5-15%]					AQUAPRODUCTS	[10-20%]
OTROS	[0-10%]					PENTAIR	[0-10%]
						OTROS	[0-10%]

Fuente: notificante

<sup>12</sup> El segmento de presión apenas supone un [5-15%] del mercado europeo de limpiadores automáticos.

Es relevante señalar que, de acuerdo con la notificante, la cuota de ZODIAC en el mercado español de limpiadores automáticos ha retrocedido en [...] puntos porcentuales<sup>13</sup> entre 2000 y 2003, particularmente en el segmento de limpiadores de aspiración<sup>14</sup>.

Adicionalmente, cabe subrayar que las cifras anteriores se refieren a cuotas de fabricante. Teniendo en cuenta que muchos modelos son fabricados en exclusiva para distribuidores que después los comercializan bajo marca propia, la influencia de los operadores sobre el mercado se refleja con más exactitud en las cuotas de mercado de marca que en las de fabricante.

Las cuotas de mercado de las marcas de las partes de la operación son menores que sus cuotas de fabricante. Así, en 2003 la cuota de los productos vendidos con marca de ZODIAC en el mercado de limpiadores automáticos es del [20-30%] (frente al [30-40%] de cuota de fabricante) y con marca de POLARIS del [10-20%] (frente al [10-20%] de cuota de fabricante). De esta manera la cuota de marca de la entidad resultante de la operación sería inferior al [30-40%] (frente al [50-60%] de cuota de fabricante).

## V.2. Estructura de la demanda. Distribución de los productos.

La demanda de limpiadores automáticos fabricados en España por ZODIAC y POLARIS está constituida por grandes distribuidores nacionales e internacionales, como ASTRAL o SCP, distribuidores regionales como BAEZA, CEIBSA, PROPLAS, WATERAIR, PRAHER, HIDROBALEAR, SIEBEC, JOFEG, PQS o QUIMICAMP, grandes superficies (HIPERCOR, El Corte Inglés, o Leroy Merlin) y minoristas

La importancia de cada uno de los canales es la siguiente:

Importancia de los canales de distribución sobre las ventas en España						
	ZODIAC			POLARIS		
	Aspiración	Presión	Eléctricos	Aspiración	Presión	Eléctricos
Empresas nacionales / internacionales	[...]	-	[...]	[...]	[...]	-
Empresas regionales	[...]	-	[...]	[...]	[...]	-
Cadenas y grandes superficies	[...]	-	[...]	[...]	[...]	-
Minoristas	[...]	-	[...]	[...]	[...]	-

Fuente: notificante

Los grandes distribuidores tienen una gran influencia en el funcionamiento del mercado y gozan de un importante poder de negociación.

En efecto, los distribuidores son, en gran medida, prescriptores de los equipos de limpieza de piscinas, de manera que condicionan las decisiones del consumidor final.

Además, los grandes distribuidores suelen tener acuerdos de fabricación en exclusiva de algunos modelos que posteriormente comercializan bajo marca propia:

<sup>13</sup> Otros fabricantes han registrado cuotas de mercado crecientes en el mismo periodo: MAYTRONICS ([0-10] puntos), POLARIS ([0-10] puntos) o AQUAPRODUCTS ([0-10] puntos)

<sup>14</sup> En el segmento de aspiración [...]. En el segmento de presión [...], PENTAIR, ha perdido. Por último [...] en el segmento de limpiadores eléctricos.

- ZODIAC mantiene contratos de fabricación en exclusiva con los siguientes proveedores: [...] <sup>15</sup>, [...] <sup>16</sup>.
- POLARIS mantiene contratos de exclusividad con [...]

Por otra parte, los grandes distribuidores son multinacionales que cuentan con un extenso catálogo de productos para el mantenimiento de la piscina y otros accesorios. Los limpiadores automáticos de piscinas vienen a suponer apenas el 5% de las ventas de su catálogo. Ello supone que su dependencia de los fabricantes de limpiadores es reducida.

Las cuotas de mercado de los principales distribuidores se muestran a continuación:

Cuotas de mercado de los grandes distribuidores, por países					
	ESPAÑA	FRANCIA	ITALIA	BENELUX	R. UNIDO
ASTRAL	[40-50%]	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]	[30-40%]
SCP	[0-10%]	[20-30%]	-	[10-20%]	[30-40%]
BAEZA	[0-10%]	-	-	-	-
PROCOPI	-	[20-30%]	-	[0-10%]	-
CEC	-	[0-10%]	[0-10%]	-	-
AQUALUX	-	[0-10%]	-	-	-
BAYROL	-	[0-10%]	-	-	-
A&T	-	-	[20-30%]	-	-
BUSATTA	-	-	[20-30%]	-	-
EPI	-	-	[20-30%]	-	-
APCD	-	-	-	[30-40%]	-
TOTAL	[50-60%]	[70-80%]	[90-100%]	[50-60%]	[60-70%]

Fuente: notificación

En el caso de España, cabe destacar el protagonismo en el mercado del distribuidor ASTRAL <sup>17</sup>. Se trata de una empresa española que fabrica y comercializa productos para piscinas. ASTRAL cuenta con una cartera de más de 20.000 artículos, de los que el 90% son de fabricación propia.

ASTRAL no fabrica limpiadores automáticos, sino que encarga su producción a otras empresas comercializando algunos modelos bajo marca propia.

La entrada en el mercado de fabricantes como POLARIS [...] o PONTOON ilustra la relevancia de los distribuidores en el funcionamiento del mercado.

<sup>15</sup> [...]

<sup>16</sup> [...]

<sup>17</sup> El volumen de ventas del grupo español ASTRAL –líder europeo en equipos y accesorios de piscina- supera el volumen de ventas mundial conjunto de la división de piscinas de ZODIAC y de POLARIS

### V.3. Determinación de precios

La mayor parte de los operadores del mercado determinan los precios (en dólares) con carácter uniforme para el conjunto de los países. A partir de esos precios uniformes se hacen descuentos a los proveedores en función de su importancia.

Así, por ejemplo, ZODIAC establece sus precios a nivel europeo y aplica un descuento [...]. En los últimos años ha venido actualizando los precios con relación a la inflación. Por su parte POLARIS<sup>18</sup> también determina sus precios a nivel europeo aplicando descuentos similares.

Los precios, además, varían dependiendo del tipo de limpiador tal como se muestra en el cuadro siguiente:

Intervalos de los precios de los limpiadores automáticos en euros (no incluye los descuentos a distribuidores)				
	ESPAÑA		EUROPA	
	ZODIAC	POLARIS	ZODIAC	POLARIS
Aspiración	[...]	[...]	[...]	[...]
Presión	-	[...]	[...]	[...]
Eléctrico	[...]	-	[...]	-

Fuente: notificación

Notas: Entre paréntesis aparece el precio del limpiador a presión considerando también la bomba, cuyo precio es de aproximadamente 200 euros.

### V.4. Competencia potencial - Barreras a la entrada

Según la notificante no existen barreras significativas para el acceso a los mercados europeo o español de tipo arancelario legal o administrativo.

La notificante indica que tampoco es necesario disponer de una red de distribución propia. En el ámbito de la distribución puede haber algunas relaciones de exclusividad, pero éstas únicamente impiden al fabricante vender cierto producto a otros distribuidores y no afectan al distribuidor que tiene libertad para incluir en su catálogo cualquier producto.

El desarrollo y fabricación de nuevos modelos y la mejora de los existentes requiere cierta investigación previa cuyos resultados normalmente se patentan.

Sin embargo, la fecha de expiración de varias patentes, según la notificante, está próxima, por lo que es previsible que en los próximos años aparezcan nuevos operadores, como ya ha ocurrido en el pasado<sup>19</sup>. [...] A modo de ejemplo de empresas de reciente entrada en el mercado cabe citar los casos de PONTOON en España en 2002 alcanzando una cuotas ese mismo año del [...] en el segmento de aspiración gracias, según la notificante, al apoyo de la distribuidora ASTRAL. Otro ejemplo es el de la propia POLARIS, [...].

<sup>18</sup> Sin embargo existe una excepción: en Francia los precios se determinan de forma particular, y en euros.

<sup>19</sup> La empresa PONTOON lanzó varios modelos en el segmento de aspiración en España utilizando la tecnología de *martillo* de KREEPY CRAWLEY una vez que expiró el derecho de patente. La misma circunstancia permitió el lanzamiento del modelo MOLLY por ASTRAL.



Adicionalmente, existe una competencia creciente de fabricantes establecidos en países con bajos costes laborales. Por ejemplo, ASTRAL ha introducido un limpiador por aspiración fabricado en China (modelo Molly) que comercializa bajo marca propia.

Finalmente las empresas que se encuentran presentes en alguno de los segmentos han introducido modelos en los otros. ZODIAC ha desarrollado 7 modelos en todos los segmentos en los últimos años. POLARIS se ha introducido en el segmento de aspiración mediante un desarrollo propio [...]. Por su parte, HAYWARD ha desarrollado recientemente dos modelos de presión.

## **VI. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

La operación analizada consiste en la adquisición por parte de ZODIAC S.A. de la empresa POLARIS POOL HOLDINGS CORPORATION.

Si se considera como relevante el mercado de limpiadores automáticos de piscinas en España, cuyo volumen es de [...], la operación reforzaría el liderazgo de ZODIAC con una cuota resultante del [50-60%] (ZODIAC [20-30%] y POLARIS [10-20%]).

Si se considera una definición estrecha del mercado de producto, la operación reforzaría el liderazgo de ZODIAC en el segmento de aspiración, cuya cuota pasa del [40-50%] al [50-60%]. En el segmento de limpiadores automáticos de presión, en el que no opera ZODIAC, ésta adquiere la cuota del [80-90%] correspondiente a POLARIS. Por último, ZODIAC no suma cuota de mercado en el segmento de limpiadores eléctricos puesto que la adquirida no opera en el mismo. De esta forma, las partes de la operación sólo operarían simultáneamente en España en el segmento de aspiración.

En este sentido, es conveniente considerar el hecho de que la cuota de ZODIAC en el mercado español de limpiadores automáticos se ha reducido en [...] puntos porcentuales desde 2.000 en beneficio de otros competidores. Este retroceso obedece fundamentalmente a la mayor competencia existente en el segmento de aspiración, el más importante en España y en el que ZODIAC ha perdido [...] puntos, y al peso creciente del segmento de limpiadores eléctricos en el que ZODIAC no es más que el tercer productor.

Adicionalmente, la cuota de mercado de los fabricantes no tiene en cuenta las ventas de ZODIAC a distribuidores [...] para su reventa con la marca del distribuidor, en cuyo caso la cuota de la adquirente pasaría del [30-40%] al [20-30%] con el consiguiente impacto sobre la cuota resultante de la operación.

Por otra parte, la evolución que registran los mercados indica que el segmento más dinámico, el de eléctricos, es aquel en el que la posición de las partes es más modesta.

Además, la demanda de distribuidores como ASTRAL, BAEZA o SCP cuenta con un significativo poder compensatorio. Los distribuidores actúan como prescriptores frente al consumidor final condicionando su elección de tecnología, marca y modelo. Las ventas de limpiadores automáticos suponen menos del 5% de la facturación de los distribuidores. Por el contrario, los dos primeros distribuidores representan el [...] de las ventas de ZODIAC en España y el [...] de las de POLARIS. La cuota de ASTRAL en el mercado español de limpiadores automáticos es del [40-50%].

Los grandes distribuidores tienen un lógico interés en diversificar su aprovisionamiento y con ello disciplinan a los fabricantes y reducen las posibilidades de coordinación entre éstos. De



igual forma, el peso de los distribuidores y el tamaño relativo de cada uno de los segmentos del mercado, hacen improbable que, como consecuencia del reforzamiento de la cartera de ZODIAC esencialmente en el modesto segmento de presión, se pueda dar un deterioro de la competencia efectiva.

Respecto a las barreras de entrada, la existencia de patentes no ha impedido la incorporación de nuevos competidores. Además, ciertas patentes de importancia expirarán próximamente. De hecho, en todos los mercados han entrado nuevos competidores o hay fabricantes desarrollando nuevos productos que les facilitarán el acceso.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, desde la perspectiva del control de concentraciones 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.