



**RESOLUCIÓN** (Expte. C-0197/09, FERRO/HERAEUS)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente  
D. Fernando Torremocha García-Sáenz, Vicepresidente  
D. Emilio Conde Fernández-Oliva, Consejero  
D. Miguel Cuerdo Mir, Consejero  
D. Julio Costas Comesaña, Consejero  
D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Jesús González López, Consejera  
D<sup>a</sup> Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 28 de diciembre de 2009.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la adquisición por parte de FERRO CORPORATION de las áreas de negocio de producción y comercialización de colores y auxiliares para su empleo en la industria del vidrio y productos cerámicos de W.C. HERAEUS GMBH (Expte. C/0197/09), y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.a) de la mencionada Ley, autorizar la citada operación de concentración en primera fase.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C/0197/09 FERRO/HERAEUS**

---

### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 7 de diciembre de 2009 ha tenido entrada en esta Dirección de Investigación notificación de la adquisición por parte de FERRO CORPORATION (FERRO) de la áreas de negocio de producción y comercialización de colores y auxiliares para su empleo en la industria del vidrio y productos cerámico de W.C. HERAEUS GmbH (HERAEUS).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por FERRO según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 8.1 a). 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.
- (3) El artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (4) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".
- (5) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **7 de enero de 2010**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (6) La operación de concentración consiste en la adquisición por parte de FERRO CORPORATION (FERRO) de las unidades de negocio de producción y comercialización de colores y auxiliares para su empleo en la industria del vidrio y productos cerámico de W.C. HERAEUS GmbH (HERAEUS).
- (7) Para llevar a cabo esta operación las partes firmaron el 12 de octubre de 2009 una Carta de Intenciones.
- (8) La ejecución de la operación está condicionada a su autorización por las autoridades de competencia de España, Portugal y Brasil.

### **III. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

- (10) 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.
- (11) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1a) de la misma.

### **IV. EMPRESAS PARTICIPES**

#### **IV.1. FERRO CORPORATION (FERRO)**

- (12) FERRO es una sociedad con sede en Cleveland, Estado de Ohio (EEUU), y cuya principal actividad económica es la fabricación y distribución de una amplia gama de productos: i) pigmentos, esmaltes, pastas y aditivos ii) ingredientes farmacéuticos ii) plásticos especiales iv) cristales electrónicos, y v) recubrimientos para cerámicas.
- (13) En la actualidad FERRO es el mayor proveedor mundial de pigmentos decorativos para la industria del azulejo.
- (14) La facturación de FERRO en el último ejercicio económico conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL GRUPO FERRO EN 2008 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	>250	>60

*Fuente: Notificante*

#### **IV.2. W.C. HERAEUS GmbH (HERAEUS)**

- (15) W.C. Heraeus GmbH es una sociedad subsidiaria del grupo HERAEUS con domicilio social en la localidad de Hanau (Alemania). Su principal actividad económica es la producción y distribución de procesados de metales preciosos y metales especiales como oro, plata, platino, iridio, etc. para su uso en múltiples sectores económicos. Adicionalmente cuenta con un área de negocio de producción y comercialización de colores y auxiliares.
- (16) El grupo HERAEUS, al que pertenece la sociedad adquiriente, cuenta con otras áreas de negocio como las dedicadas a la producción y comercialización de materiales de uso médico, materiales aplicados a distintas soluciones tecnológicos; y la compraventa de oro y otros metales preciosos.
- (17) La facturación del área de negocio de colores y auxiliares de W.C. HERAEUS GmbH en el último ejercicio económico, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DEL ÁREA DE NEGOCIO DE COLORES Y AUXILIARES DE WC HARAEUS EN 2008 (millones de euros)			
	MUNDIAL	UE	ESPAÑA
COLORES	<2.500	<250	<60
AUXILIARES	<2.500	<250	<60

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1 Mercados de producto

- (19) La notificante considera que el mercado relevante de producto afectado por la operación notificada es el de fabricación de colores y auxiliares.
- (20) Los colores son pigmentos que se obtienen a partir de la mezcla de óxidos metálicos sometidos a altas temperaturas, y que se emplean en la elaboración de azulejos y objetos tanto de vidrio como cerámicos. Los auxiliares son productos elaborados a partir de sustancias orgánicas que se emplean para la fijación, adherencia y protección de los colores.
- (21) No hay precedentes ni nacionales ni comunitarios que permitan delimitar el mercado de producto. La notificante señala que se puede distinguir un mercado de colores de alta calidad de otro de calidades inferiores, y que es en este primer segmento en el que exclusivamente opera el área de negocio adquirida de HERAEUS.
- (22) En consecuencia, y dado que la valoración de la presente operación no se ve afectada por la definición adoptada, se considerará que el mercado relevante afectado por la operación es el de colores de alta calidad y de auxiliares para uso decorativo.

### V.2 Mercados geográficos

- (23) La notificante señala que el mercado geográfico relevante de los colores podría considerarse de ámbito nacional dado que los colores son un bien intermedio cuya demanda está en función del grado de especialización nacional de la industria de destino (vidrio, cerámica, etc.). Por ejemplo, en Italia y España demandan estos productos principalmente la industria del azulejo, mientras que en Alemania y el Reino Unido la demanda proviene de fabricantes de porcelana. Además, los precios de este producto varían dependiendo del país de venta.
- (24) En casos comunitarios<sup>1</sup> relacionados con productos análogos (pinturas para uso decorativo) la Comisión ha considerado como nacional el mercado geográfico relevante debido a que las distintas marcas se perciben de distinta manera en un país con respecto a otro, lo que se podría extender a los colores para uso decorativo.
- (25) Por lo que respecta a los auxiliares, por analogía con casos comunitarios<sup>2</sup> de productos similares (resinas y pigmentos), su mercado geográfico podría

<sup>1</sup> M. 4779 AKZO NOBEL/ICI

<sup>2</sup> M. 4071 APOLLO/AKZO NOBEL

considerarse de dimensión europea, debido a la escasa diferenciación de este producto, la concentración de su producción y a su bajo coste de transporte.

- (26) A la vista de lo anterior, y en línea con lo señalado por la notificante, dado que la operación no genera problemas de competencia, la definición de mercado geográfico puede dejarse abierta, analizándose tanto el mercado nacional como el europeo.

## **VI. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **VI.1. Estructura de la oferta**

- (27) El mercado de colores de alta calidad y de auxiliares en la UE se caracteriza por su fuerte especialización (está dirigido a la elaboración de objetos de decoración de alta gama) y concentración en un grupo de fabricantes muy cualificados que cuentan con una amplia presencia comercial en los principales países de la UE. Por su propia naturaleza no es un mercado de grandes volúmenes, ascendiendo la cifra de negocio en 2008 a [...] <sup>3</sup> millones de euros en el mercado de los colores de alta calidad y a los [...] millones de euros en el de auxiliares. Los principales fabricantes europeos son: Johnson Matthey (Reino Unido), Rüger & Günzel y Rhenania (Alemania), Colourobba (Italia), Torrecid (España), Cristalcer Cerámica (Portugal), FERRO y HERAEUS en el mercado de colores de alta calidad; y Ceram Vetro (Italia), Zschimmer & Schwarz (Alemania) y ATC (España), en el de auxiliares .
- (28) En el mercado europeo de colores de alta calidad cabe mencionar la presencia cada vez mayor de productores asiáticos como China Glaze, Poplar Taiwan y Mitsubishi, con productos de calidades similares y menor precio. En el mercado de auxiliares, se observa cómo esta mayor presencia de los competidores asiáticos supone ya una cuota de mercado significativa para uno de ellos, Poplar Taiwan, con un [0%-10%] del total en 2008.
- (29) Con referencia al mercado nacional, el mercado de colores de alta calidad y auxiliares en España arroja cifras de negocio muy pequeñas (en 2008 [...] euros en colores y [...] euros en auxiliares), al tratarse de un bien intermedio para fabricación de azulejos de alta calidad y objetos destinados a un mercado decorativo de demanda reducida.
- (30) En España operan seis (6) empresas de relevancia en el mercado de colores de alta calidad: Johnson Matthey, Colores Cerámicos de Tortosa, Rüger&Günzel, Rhenania, HERAEUS y FERRO. Sólo Colores Cerámicos de Tortosa dispone de planta de producción en España, en tanto que el resto de las empresas cuentan con filiales dedicadas exclusivamente a la comercialización de sus productos, como es el caso de HERAEUS y FERRO.
- (31) Las cuotas de mercado de colores de alta calidad de las principales empresas que opera en el mercado europeo y español respectivamente se distribuyen como sigue:

---

<sup>3</sup> Los corchetes reemplazan datos considerados confidenciales.

CUOTAS DEL MERCADO DE COLORES DE ALTA CALIDAD PARA USO DECORATIVO EN LA UE EN 2008	
EMPRESA	CUOTA
<b>FERRO</b>	[20%-30%]
JOHSON MATTHEY	[20%-30%]
<b>HERAEUS</b>	[10%-20%]
RÜGER & GÜNZEL	[0%-10%]
COLOROBIA	[0%-10%]
OTROS	[20%-30%]

Fuente: Notificante.

CUOTAS DEL MERCADO DE COLORES DE ALTA CALIDAD PARA USO DECORATIVO EN ESPAÑA EN 2008	
EMPRESA	CUOTA
JOHSON MATTHEY	[40%-50%]
<b>FERRO</b>	[30%-40%]
COLORES CERAMICOS DE TORTOSA	[10%-20%]
RÜGER & GÜNZEL	[0%-10%]
<b>HERAEUS</b>	[0%-10%]
RHENANIA	[0%-10%]
OTROS	[0%-10%]

Fuente: Notificante.

- (30) Por lo que respecta al mercado de auxiliares, en España operan siete (7) empresas de relevancia: Johnson Matthey, Ceram Vetro, Poplar Taiwan, Zschimmer & Schwarz, ATC Spain, HERAEUS y FERRO, siendo ATC Spain la única empresa con producción en España, en tanto que las restantes se limitan a actividades de comercialización de sus productos.
- (31) Las cuotas de mercado de auxiliares de las principales empresas que opera en el mercado europeo y español respectivamente se distribuyen como sigue:

CUOTAS DEL MERCADO DE AUXILIARES PARA USO DECORATIVO EN LA UE EN 2008	
EMPRESA	CUOTA
<b>FERRO</b>	[30%-40%]
JOHSON MATTHEY	[10%-20%]
<b>HERAEUS</b>	[10%-20%]
CERAM VETRO	[10%-20%]
POPLAR TAIWAN	[0%-10%]
OTROS	[10%-20%]

Fuente: Notificante

CUOTAS DEL MERCADO DE AUXILIARES PARA USO DECORATIVO EN ESPAÑA EN 2008	
EMPRESA	CUOTA
JOHSON MATTHEY	[30%-40%]
<b>FERRO</b>	[20%-30%]
POPLAR TAIWAN	[10%-20%]
<b>HERAEUS</b>	[10%-20%]
CERAM VETRO	[0%-10%]
ZSCHIMMER & SCHWARZ	[0%-10%]
ATC SPAIN	[0%-10%]
OTROS	[0%-10%]

*Fuente: Notificante*

- (32) En el mercado español de colores de alta gama, las importaciones comercializadas a través de las filiales de los grandes fabricantes dominan la mayor parte del mercado español, con la excepción de los colores producidos por la empresa Colores Cerámicos de Tortosa.
- (33) En el caso de los auxiliares, con alguna excepción como la empresa ATC Spain, que cuenta con planta de producción, la actividad principal de los operadores en el mercado español es la distribución de sus productos.

## VI.2. Estructura de la demanda, distribución y precios

- (34) Los principales clientes tanto de los colores de alta calidad como de auxiliares son los fabricantes de objetos de vidrio y cerámica, que los emplean en la decoración de sus productos.
- (35) La notificante señala que una de las características actuales de la demanda es que los clientes han ido perdiendo la fidelidad a determinadas marcas/fabricantes y que sus decisiones de compra se están empezando a basar exclusivamente en el precio.
- (36) Las empresas demandantes de estos productos son empresas de tamaño mediano que operan en el segmento de fabricación de azulejos y elaboración de objetos de regalo. Las principales empresas en España en este sector son, según la notificante, [...]
- (37) Las ventas de estos productos se realizan directamente de los fabricantes o a través de filiales comercializadoras que los principales fabricantes poseen en España.
- (38) Los precios de colores y auxiliares se fijan por kilogramo de producto. La notificante señala que el precio medio de colores de alta calidad en España está situado en una horquilla de [...] euros/kg. En cuanto a los auxiliares, el precio de un kilogramo puede oscilar de los [...] euros.

## VI.3. Competencia potencial - Barreras a la entrada

- (39) La notificante señala que no hay barreras significativas de entrada a este mercado: las fuentes de abastecimiento de materias primas están abiertas a todos; hay un escaso peso de la marca, inexistencia de derechos relevantes de propiedad industrial (patentes) e inexistencia, igualmente, de barreras legales y

administrativas para poder operar. Prueba de ello es la entrada exitosa de algunos operadores asiáticos como Poplar Taiwan en el caso de los auxiliares.

- (40) Tanto en el mercado de los colores de alta calidad como de auxiliares, y a pesar del escaso volumen de negocios del mismo, hay un número significativo de empresas que operan en él, compitiendo más en precio que por valor de la marca.

## **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (41) La presente operación consiste en la adquisición por parte de FERRO CORPORATION de las áreas de negocio de producción y comercialización de colores de alta calidad y de auxiliares de la compañía WC HERAEUS GmbH.
- (42) El volumen de negocios total del mercado de referencia en España es muy pequeño ([...] euros en el de colores y [...] euros en el de auxiliares en 2008), operando en él numerosas empresas.
- (43) La cuota resultante de la adquirente en el mercado europeo de colores de alta calidad ascendería al [40%-50%] (adición del [10%-20%]) y al [50%-60%] (adición del [10%-20%]) en el mercado de auxiliares. La cuota resultante en el mercado español de colores de alta calidad ascendería al [30%-40%] (adición del [0%-10%]) y al [30%-40%] (adición del [10%-20%]) en el mercado nacional de auxiliares, produciéndose una cierta modificación de la estructura de la oferta.
- (44) Sin embargo, el reforzamiento de FERRO se vería atenuado por la inexistencia de contratos de exclusividad con sus actuales clientes. Adicionalmente, no existen barreras de entrada relevantes en estos mercados. Tanto la técnica de fabricación como el acceso a las fuentes de materias primas están al alcance de cualquier productor potencial y, además, se está observando una importante entrada de productores asiáticos que están generando una fuerte competencia y manteniendo estables los precios de estos productos.
- (45) Se trata, igualmente, de un mercado en el que la fidelidad a una marca es escasa y los clientes determinan sus decisiones de compra en función del precio.
- (46) Adicionalmente, las partes no fabrican sus productos en España, no generándose ningún solapamiento vertical que afecte al mercado español.
- (47) Teniendo en cuenta todo lo anterior, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia en el mercado relevante, por lo que es susceptible de ser **aprobada en primera fase sin compromisos**.

## **VIII. 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 aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia