



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-07067 CELSA / AÑÓN

Con fecha 28 de junio de 2007 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de LAMINACIONES ARREGUI, S.L., filial del Grupo CELSA, del 100% del capital social de SIDERÚRGICA AÑÓN, S.A. y HIERROS AÑÓN COMERCIAL, S.A..

Dicha notificación ha sido realizada por ARREGUI 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) y b). 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".

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **28 de julio de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la toma de control exclusivo por parte de ARREGUI, filial del Grupo CELSA, de SIDERÚRGICA AÑÓN, S.A. (en adelante SA) y HIERROS AÑÓN COMERCIAL, S.A. (en adelante HAC) mediante la adquisición del 100% de su capital social¹.

La ejecución de la presente operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de España.

¹ Con la compra de SA, ARREGUI también adquiere el control sobre las filiales ACIERIE DE L'ATLANTIQUE SA (Francia) y SIDERÚRGICA AÑÓN DO BRASIL LTDA (Brasil).



II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

II.1. Cláusula de no competencia

La Cláusula 5 del Contrato contiene un pacto de no competencia en virtud del cual los vendedores se comprometen por un periodo de [no superior a tres años] a no competir en el negocio de las sociedades adquiridas en el ámbito geográfico de actuación de las mismas y, en todo caso, en España, Portugal, Francia y Brasil.

II.2. Cláusula de no captación

Los vendedores se comprometen, durante un periodo de [no superior a tres años], a no emplear ni contratar a ninguna persona que haya desempeñado puestos de directivo, técnico o comercial para las sociedades adquiridas durante los últimos doce meses contados a partir de la fecha de pago.

II.3. Valoración

El apartado 5 del artículo 15.bis de la Ley 16/1989 establece que “podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005/C56/03), este Servicio estima que la duración y contenido de las cláusulas de no competencia y de no captación no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) y b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1. “LAMINACIONES ARREGUI, S.L.” (ARREGUI)

ARREGUI es una sociedad perteneciente al Grupo CELSA. Su actividad se circunscribe a la fabricación y comercialización de tubos de acero de diversas aplicaciones.

El Grupo CELSA está controlado en última instancia por una persona física, [...].

El Grupo está formado por las siguientes cabeceras: Grupo BARNÁ STEEL, una de cuyas filiales operativas es ARREGUI; COAL TRADE, S.L., CATALUNYA STEEL, S.L., PIMAR 2002 TAS, S.L. y WIRE ROD HOLDING, S.L.

El Grupo CELSA se dedica principalmente a la producción y comercialización de productos largos de acero al carbono. Su filial CELSA HUTA OSTROWIEC, situada en Polonia, produce, además, piezas forjadas y fundidas, que se suelen enmarcar en el subsector de los aceros especiales. Además, ARREGUI produce, a partir de fleje, tubos.



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

VOLUMEN DE VENTAS DE GRUPO CELSA (Millones euros)			
	2004	2005	2006
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

IV.2 “SIDERÚRGICA AÑÓN, S.A.” (SA) y “HIERROS AÑÓN COMERCIAL, S.A.” (HAC)

Las sociedades objeto de adquisición (SA y HAC) forman parte de un grupo de empresas dedicado a la fabricación y comercialización de productos siderúrgicos, controladas por las sociedades HIERROS AÑÓN, S.A. y RODONITA, S.A.

SA se suministra exclusivamente de la palanquilla que le sirve su filial ACIERIE DE L'ATLANTIQUE (ADA). Posee dos trenes de laminación, [...], para la producción de corrugado en barra y en rollo.

HAC compra y comercializa parte de la producción de SA.

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

VOLUMEN DE VENTAS DE GRUPO AÑÓN (Millones euros)			
	2004	2005	2006
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El ámbito en el que se desarrolla la operación es el siderúrgico y, en particular, la fabricación y comercialización de productos largos de acero al carbono.

Los diferentes precedentes nacionales² y comunitarios³ distinguen los aceros comunes de los especiales y, dentro de estos últimos, a su vez, distinguen entre aceros al carbono⁴,

² N-03019 ARCELOR/DUFERDOFIN; N-04035 SIDERURGIA AÑÓN/ADA y N-04079 ARCELOR/CST, entre otros.

³ Asuntos COMP/CECA. 1351 –USINOR/ARBED/ACERALIA; IV/ECSC 1268 – USINOR/COCKERILL SAMBRE y COMP/CECA. 1342 – OUTOKUMPU/AVESTA SHEFFIELD, entre otros.

⁴ Los aceros al carbono representan más del 90% de todos los aceros. Contienen diversas cantidades de carbono y menos del 1,65% de manganeso, 0,6% de silicio y 0,6% de cobre. Los aceros al carbono se utilizan en la fabricación de máquinas,



inoxidables⁵ y aleados⁶. En dichos precedentes, el Servicio y la Comisión han indicado que cada uno de estos tipos de acero presenta diferencias significativas en cuanto a precios, composición química, campos de aplicación y configuración de las plantas de producción.

Adicionalmente, el Servicio y la Comisión Europea han identificado dentro de los aceros al carbono dos mercados de producto diferenciados: (i) productos semi-terminados de acero al carbono y (ii) productos finales de acero al carbono.

(i) Productos semi-terminados de acero al carbono. Son productos obtenidos en una primera fase de producción. No son susceptibles de empleo comercial y requieren de un proceso de laminación en caliente para la fabricación de productos acabados o finales. El acero bruto es solidificado adoptando la forma de bloques de diversos tipos, palanquillas, desbastes cuadrados o rectangulares y desbastes planos.

Podría considerarse una segmentación adicional del mercado de productos semi-terminados en función de los distintos productos finales que se obtienen a partir de ellos. Así, las palanquillas, desbastes cuadrados y desbastes rectangulares se emplean en la fabricación de productos largos de acero, mientras que los desbastes planos son utilizados en la fabricación de productos planos. En varios casos⁷, la Comisión Europea ha dejado abierta una posible segmentación ulterior del mercado de productos semi-terminados en función de los dos grupos posibles de producto de destino.

El notificante indica que las empresas siderúrgicas suelen encontrarse verticalmente integradas, por lo que autoconsumen la práctica totalidad de su producción de semi-productos. Solamente en casos excepcionales y normalmente con carácter temporal, se producen compras o ventas de semi-productos.

(ii) Productos finales de acero al carbono laminado en caliente. La laminación en caliente consiste en hacer pasar el material -palanquillas, desbastes- entre dos cilindros o rodillos, que giran a la misma velocidad y en sentido contrario y reducir la sección transversal del producto de acero, mediante la presión ejercida por éstos, dándole la forma definitiva⁸. Así, se obtiene una serie de productos acabados que se diferencian por su grosor, longitud y su tratamiento, en las dos categorías principales siguientes: (1) productos largos, tales como vigas, perfiles, barras, alambro, cables, alambres y mallas que se emplean fundamentalmente en la construcción e infraestructuras y (2) productos planos, tales como bobinas y láminas que se utilizan en la industria automovilística y en distintas aplicaciones industriales -electrodomésticos, envasado, ingeniería civil y construcciones mecánicas-.

carrocerías de automóvil, la mayor parte de las estructuras de construcción de acero, cascos de buques, somieres y horquillas, entre otros.

⁵ Los aceros inoxidables contienen cromo, níquel y otros elementos de aleación que los mantienen brillantes y resistentes a la herrumbre y oxidación pese a la acción de la humedad, de ácidos y gases corrosivos. Se utilizan en la fabricación de tuberías, tanques de refinerías de petróleo, plantas químicas, fuselajes de aviones, cápsulas espaciales, instrumentos y equipos quirúrgicos, utensilios de cocina y en arquitectura -en muchas ocasiones con motivos decorativos-, entre otros.

⁶ Los aceros aleados contienen una proporción determinada de vanadio, molibdeno y otros elementos, además de cantidades mayores de manganeso, silicio y cobre que los aceros al carbono normales. Se utilizan para fabricar engranajes y ejes de motores, cuchillos de corte y patines, entre otros.

⁷ IV/CECA. 1310 BRITISH STEEL/HOOGO VENS y COMP/M.3326 LNM/PHS.

⁸ El proceso de conformación más importante, en cuanto a la cantidad y variedad de productos de acero que comporta, es sin duda el proceso de laminación en caliente. De la producción total de acero, más del 90% se transforma por laminación en productos acabados.



En distintos precedentes comunitarios⁹, recogidos por este Servicio¹⁰, la Comisión llega a la conclusión de que los productos largos y planos constituyen mercados separados pues son adquiridos con objetivos diferentes, se fabrican en trenes de laminación distintos y existen diferencias significativas en sus aplicaciones finales y precios.

Los productos en los que se produce solapamiento como consecuencia de la operación son los productos largos de acero al carbono y, en particular, corrugado en barra y en rollo, destinado a la fabricación de armaduras para hormigón, únicos productos en los que están presentes las sociedades adquiridas.

La Comisión Europea en un caso precedente¹¹ llegó a la conclusión de que los productos de acero como refuerzo en estructuras de hormigón armado (“reinforcing steel products”) se distinguían del resto de productos largos de acero al carbono tanto por sus propiedades físicas como técnicas. Los tres productos que conforman esta categoría -alambrón, corrugado en barra y en rollo- se utilizan con el mismo y único objetivo de reforzar el hormigón para la construcción. Más aún, la Comisión añadía que existe una clara distinción entre el alambrón y los otros dos productos, corrugado en barra y en rollo. En ciertas aplicaciones el alambrón no sustituye a la barra o el rollo por su tamaño más pequeño de sección. No obstante, la Comisión dejó abierta la posible separación de mercados entre barra, rollo y alambrón.

La notificante considera que el corrugado en barra y en rollo es exactamente el mismo producto. La única diferencia estriba en la forma de presentación, que en un caso pasa por cortar el corrugado en distintas longitudes según sale del tren de laminación o en proporcionarle un giro para conformar un rollo. El rollo hace la manipulación y el transporte del producto más económico y manejable hasta el lugar en el que se endereza y corta para fabricar las estructuras. Una vez enderezado no existe diferencia entre dos productos del mismo diámetro.

Por otra parte, la Comisión también distinguía en la Decisión mencionada CELSA/FUNDIA entre el mercado de producción y el de procesado/distribución de corrugado. El mercado de procesado/distribución corresponde principalmente a los ferrallistas que llevan a cabo el proceso de doblaje, corte y colocación en obra del acero corrugado en sus distintas modalidades.

El Grupo CELSA sólo se encuentra presente en el mercado de procesado/distribución de corrugado en los países nórdicos y por lo que se refiere a AÑÓN, la compañía activa en este mercado no se incluye en la presente operación.

A la luz de las consideraciones anteriores, este Servicio analizará tanto el mercado de fabricación de productos largos de acero al carbono como los más estrechos de productos corrugados para armaduras de hormigón y sus segmentos de barra y rollo.

V.2. Mercado geográfico

En los precedentes nacionales y comunitarios se ha considerado que la dimensión geográfica del mercado de la fabricación de estos productos de acero al carbono es equivalente a la UE.

⁹ IV/CECA 1269 SOLLAC/ACERALIA/SOLMED, IV/ECSC.1243 – KRUPP HOESCH/THYSSEN, COMP/ECSC.1351 USINOR/ARBED/ACERALIA.

¹⁰ N-03019 ARCELOR/DUFERDOFIN, N-04035 SIDERURGIA AÑÓN/ ADA, N-04079 ARCELOR/CST, N-05047 NUEVA BALBOA/ARCELOR CORRUGADOS.

¹¹ M.4225 CELSA/FUNDIA.



Las argumentos que respaldan esta definición geográfica son los siguientes: (i) no hay barreras significativas al tráfico intracomunitario; (ii) los costes de transporte de estos productos representan entre el 5 y el 10% del coste del producto final; (iii) los precios son similares en toda la UE; y (iv) los principales productores desarrollan su actividad en prácticamente todos los Estados miembros de la UE y las importaciones procedentes de terceros países y, en especial, de países del Este de Europa, de Asia Menor y norte de Africa, son crecientes.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Características

El consumo aparente de los productos largos de acero no aleado alcanzó en 2006 los 11,7 millones de toneladas, con un incremento del 11,4% respecto del año 2005. Todos los productos registraron un crecimiento positivo, en particular, el corrugado en barra y en rollo¹². La producción total de estos productos aumentó un 5% respecto de la del año 2005, hasta alcanzar los 5,4 millones de toneladas.

Las entregas se concentraron en el mercado nacional, que absorbió el 94% de las mismas, hasta alcanzar los 4,8 millones de toneladas.

Las importaciones de corrugado aumentaron el 30% hasta alcanzar los 1,3 millones de toneladas, con un aumento similar al ya experimentado en el año 2005. Los principales orígenes fueron Portugal y Turquía, que en conjunto copan el 83% de las importaciones al mercado español.

El consumo aparente de corrugado aumentó el 13% hasta alcanzar los 6,2 millones de toneladas, convirtiendo al mercado español en el más importante de la UE, por delante de Italia.

VI.2.- Estructura de la oferta

El mercado europeo se caracteriza por la existencia de un importante número de operadores que compiten principalmente en cuanto a precios, pero también en los servicios prestados.

Los productores pueden estar integrados en menor o mayor medida en las diferentes fases del proceso de producción y transformación del acero.

En los últimos años, el sector está sufriendo un proceso de consolidación que permite a las empresas competir de una manera efectiva a nivel europeo ante la creciente competencia de productores extranjeros en la UE. Un ejemplo reciente es la adquisición del Grupo ARCELOR por parte del Grupo MITTAL en 2006 que, aparte de las sinergias propias de la fusión, permitirá al conglomerado llegar de una forma más global a todos los mercados.

A continuación se indican las estimaciones de las cuotas de las partes y sus principales competidores en España en los mercados de productos largos, acero corrugado y en barra y rollo:

CUOTAS (VOLUMEN) EN PRODUCTOS LARGOS NO ALEADOS EN ESPAÑA			
	2004	2005	2006
GRUPO CELSA	[20-30]	[20-30]	[20-30]
GRUPO ALFONSO GALLARDO	[0-10]	[10-20]	[10-20]

¹² Fuente: UNIÓN DE EMPRESAS SIDERÚRGICAS (UNESID).



CUOTAS (VOLUMEN) EN PRODUCTOS LARGOS NO ALEADOS EN ESPAÑA			
	2004	2005	2006
ARCELOR	[30-40]	[10-20]	[10-20]
RIVA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
MEGASA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GRUPO AÑÓN	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GRUPO CELSA + GRUPO AÑÓN	[30-40]	[20-30]	[20-30]
RESTO	[20-30]	[30-40]	[30-40]
TOTAL MERCADO	100	100	100

Fuente: Estimaciones del notificante.

Como se desprende del cuadro anterior, el principal suministrador en el mercado de productos largos no aleados en España seguirá siendo el adquirente, CELSA, con un [20-30]%, seguido por ALFONSO GALLARDO, con un [10-20]%.

CUOTAS (VOLUMEN) EN ACERO CORRUGADO EN ESPAÑA			
	2004	2005	2006
GRUPO ALFONSO GALLARDO	[0-10]	[20-30]	[20-30]
GRUPO CELSA	[20-30]	[20-30]	[20-30]
MEGASA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GRUPO AÑÓN	[0-10]	[10-20]	[0-10]
GRUPO CELSA + GRUPO AÑÓN	[30-40]	[30-40]	[30-40]
RIVA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ARCELOR	[20-30]	[0-10]	[0-10]
RESTO	[10-20]	[10-20]	[20-30]
TOTAL MERCADO	100	100	100

Fuente: Estimaciones del notificante.

Tras la operación el Grupo CELSA se coloca en primer lugar, con un [30-40]% del mercado de corrugado en España, seguido por el Grupo ALFONSO GALLARDO, antes líder.

CUOTAS EN CORRUGADO EN BARRA Y ROLLO 2006 EN ESPAÑA		
	Cuota % barra	Cuota % rollo
GRUPO ALFONSO GALLARDO	[20-30]	[10-20]
ARCELOR	[10-20]	[10-20]
GRUPO CELSA	[10-20]	[40-50]
MEGASA	[10-20]	[0-10]
SEVILLANA	[0-10]	[0-10]
GRUPO AÑÓN	[10-20]	[0-10]
GRUPO CELSA + GRUPO AÑÓN	[20-30]	[50-60]
RESTO	[20-30]	[20-30]
TOTAL MERCADO	100	100

Fuente: Estimaciones del notificante.



El Grupo CELSA alcanza la misma cuota del [20-30]% en barra corrugada que el Grupo ALFONSO GALLARDO, seguidos por MEGASA, con el [10-20]%. En rollo, el Grupo CELSA ya estaba en una posición significativa, con el [40-50]%, que tras la operación llega al [50-60]%

Respecto a la UE, mercado relevante de los productos largos, las estimaciones de las partes y sus principales competidores son las siguientes:

CUOTAS (VOLUMEN) EN ACERO CORRUGADO EN LA UE			
	2004	2005	2006
GRUPO CELSA	[0-10]	[10-20]	[10-20]
RIVA	[10-20]	[10-20]	[10-20]
MEGASA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
FERALPI	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GRUPO ALFONSO GALLARDO	[0-10]	[0-10]	[0-10]
ALFA ACCIAI	[0-10]	[0-10]	[0-10]
BADISCHE	[0-10]	[0-10]	[0-10]
MITTAL-ARCELOR	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GRUPO AÑÓN	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GRUPO CELSA + GRUPO AÑÓN	[10-20]	[10-20]	[10-20]
RESTO	[40-50]	[30-40]	[40-50]
TOTAL MERCADO	100	100	100

Fuente: Estimaciones del notificante.

Tras la operación, el Grupo CELSA seguirá siendo el líder con un [10-20]% seguido por RIVA ([10-20]%), MEGASA ([0-10]%), FERALPI ([0-10]%) y otros.

Por segmentos de barra y rollo corrugado, las cuotas en la UE de las partes y sus principales competidores son:

CORRUGADO EN BARRA Y ROLLO 2006 EN LA UE		
	Cuota % barra	Cuota % rollo
GRUPO ALFONSO GALLARDO	[0-10]	[0-10]
GRUPO CELSA	[10-20]	[20-30]
MEGASA	[0-10]	[0-10]
RIVA	[10-20]	[10-20]
FERALPI	[0-10]	[0-10]
ALFA ACCIAI	[0-10]	[0-10]
MITTAL-ARCELOR	[0-10]	[0-10]
BADISCHE	[0-10]	[0-10]
GRUPO AÑÓN	[0-10]	[0-10]
GRUPO CELSA + GRUPO AÑÓN	[10-20]	[20-30]
RESTO	[40-50]	[20-30]
TOTAL MERCADO	100	100

Fuente: Estimaciones del notificante.

En Europa, en barra corrugada, el Grupo CELSA refuerza su primera posición en [0-10] puntos, alcanzando una cuota del [10-20]%, seguido de RIVA ([10-20]%), FERALPI ([0-10]%) y



MEGASA ([0-10]%). En rollo, el Grupo CELSA refuerza en un punto su primera posición, alcanzando una cuota del [20-30]%, seguido de RIVA ([10-20]%) y ALFA ACCIAI ([0-10]%).

VI.3.- Estructura de la demanda y de la distribución

La demanda de productos largos de acero al carbono está constituida por grandes almacenistas que desarrollan su actividad ya sea de manera independiente o integrados en grupos de sociedades o centrales de compras y se abastecen de proveedores localizados en España o en otros Estados miembros de la UE. Normalmente, los almacenistas disfrutan de elevadas cuotas en los mercados locales correspondientes lo que les proporciona cierto poder de negociación.

En el caso del Grupo CELSA, los clientes son ferrallistas que adaptan el acero para conformar las armaduras metálicas que se emplean en el hormigón armado. Sus principales clientes se sitúan en mercado nacional ya que sólo se exportó en 2006 alrededor del [...] % del total de sus ventas de corrugado. En el caso del Grupo ANÓN, no se exporta acero corrugado al exterior y todas las ventas son en el mercado nacional.

El buen comportamiento de la demanda de acero corrugado por el auge de la construcción en España ha motivado que los productores nacionales no exportaran apenas, suministrando en el mercado doméstico prácticamente toda su producción.

VI.4.- Fijación de precios

Los precios de los productos largos de acero al carbono vienen determinados por el coste de las materias primas (como la chatarra), los costes fijos de transformación, los de transporte y los márgenes comerciales.

Los costes de transporte representan entre el 5% y el 10% del precio final del producto. Los márgenes comerciales varían en función de los precios existentes en el mercado internacional y de las condiciones particulares negociadas con cada cliente. La transparencia en cuanto a los niveles actuales de precios es limitada, pues son negociados de forma individual entre cada proveedor y sus clientes, con una periodicidad corta, generalmente mensual y, en ocasiones, pedido a pedido.

En el mercado de productos largos de acero al carbono se compite fundamentalmente en precios ya que la calidad de los productos fabricados por los distintos operadores es homogénea. Los productos están normalizados, exigiéndose la certificación del cumplimiento de la normativa sectorial. Adicionalmente, también se compite en servicios prestados, esto es, en la capacidad de servir los productos en el plazo requerido por el cliente.

La principal materia prima de los productos largos, la chatarra férrica, ha tenido un comportamiento alcista como consecuencia del fortísimo tirón de la demanda, no sólo en España sino en el conjunto de Europa y muy en particular, en Turquía, el principal país importador de chatarra. En consecuencia, el precio de los productos largos de acero al carbono y, en concreto, de los corrugados ha evolucionado al alza.

VI.5.- Competencia potencial - barreras a la entrada

Según la notificante, no hay barreras significativas de entrada en el mercado de los productos largos de acero al carbono, al margen del desembolso para construir una instalación de



producción siderúrgica. En efecto, la materia prima para la fabricación de estos productos es de fácil acceso, la chatarra es abundante y se importa con facilidad y la palanquilla también se importa o se adquiere cuando es necesario. Además, se trata de productos estándar cuya tecnología está disponible a nivel mundial y que se comercializan a través de la venta directa a grandes almacenistas. Por último, los costes de transporte son reducidos y no hay barreras arancelarias a la importación en la UE.

El notificante indica como ejemplo de la ausencia de dificultades de acceso el caso del mismo Grupo AÑÓN, que comenzó sus operaciones hace escasamente cinco años y ya alcanza una cuota aproximada del [0-10]%. Más notable es el caso de ARCELOR que, tras vender al grupo BALBOA toda su división de corrugado en España, ha regresado al mercado y en un solo año, 2006, ya tiene un [0-10]% de cuota de mercado.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de LAMINACIONES ARREGUI, S.L., filial del Grupo CELSA, del 100% del capital social de SIDERÚRGICA AÑÓN, S.A. (SA) y HIERROS AÑÓN COMERCIAL, S.A. (HAC).

Las partes producen y comercializan productos largos de acero al carbono. Así, como consecuencia de la operación notificada, el Grupo CELSA reforzará su posición en el mercado de productos largos de acero al carbono en España con una cuota del [20-30]% (aunque sólo [0-10] puntos proceden del Grupo AÑÓN), seguido por el Grupo ALFONSO GALLARDO ([10-20]%) y ARCELOR ([10-20]%).

En particular, la actividad de las partes coincide en los mercados de aceros corrugados (donde se alcanza el [30-40]%, con una adición de casi [0-10] puntos), tanto barras corrugadas (con una cuota del [20-30]%, al mismo nivel que el Grupo ALFONSO GALLARDO y seguido por MEGASA, con el [10-20]%) como corrugado en rollo (con una cuota del [50-60]%, aunque sólo [0-10] puntos proceden del Grupo AÑÓN).

En la UE, ámbito geográfico relevante para los mercados de producto considerados, las cuotas son sustancialmente inferiores: [10-20]% en aceros corrugados, [10-20]% en barra y [20-30]% en rollo.

Los principales competidores en los mercados considerados son grandes compañías de escala al menos europea e integradas verticalmente, como ARCELOR-MITTAL, RIVA, BADISCHE, etc. Además, las importaciones de terceros países son significativas.

Por su parte, la demanda de productos largos de acero al carbono está integrada por grandes compañías -almacenistas- que suelen disfrutar de elevadas cuotas en los mercados locales correspondientes, lo que les proporciona cierta capacidad de negociación. No son frecuentes en el sector los contratos de distribución en exclusiva, ni tampoco a largo plazo, por lo que los clientes puedan cambiar de proveedor con cierta facilidad.

Por último, no existen especiales barreras de entrada a los mercados afectados.

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



VIII. 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.