



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-07006

PAMPLONA / Negocio Cerámica JOHNSON MATTHEY

Con fecha 15 de enero de 2007 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de PAMPLONA PE HOLDCO 5, S.A. (en adelante PAMPLONA) del control exclusivo sobre el Negocio de Cerámica de JOHNSON MATTHEY (en adelante Negocio Cerámica JM), que incluye entre otras sociedades y activos a JOHNSON MATTHEY CERAMICS, S.A. y ALMIBERIA, S.A.

Dicha notificación ha sido realizada por PAMPLONA según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar los umbrales establecidos 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".

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.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **15 de febrero de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de PAMPLONA del control exclusivo sobre el Negocio Cerámica JM.

La toma de control se instrumenta a través de un contrato de compraventa, firmado el 13 de diciembre de 2006, por el cual PAMPLONA adquiere la división de cerámica de JOHNSON MATTHEY y, en particular, activos de este negocio en todo el mundo y el capital social de determinadas sociedades en España (JOHNSON MATTHEY CERAMICS, S.A. y ALMIBERIA, S.A.), Portugal, Italia y Brasil. Esta división de cerámica emplea a cerca de 670 personas y tiene fábricas en España, Italia, Portugal, Reno Unido, Francia, Brasil, Estados Unidos, Malasia, India y China.



La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de Alemania, España y Portugal.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

El Acuerdo de Compraventa recoge en su Cláusula decimoctava un pacto de no competencia y no captación que vincula a la entidad vendedora, grupo JOHNSON MATTHEY PLC, por un período de [inferior a tres años]¹ desde la ejecución de la operación.

El pacto de no competencia impide al grupo JOHNSON MATTHEY competir en las actividades que desarrolla de División de Cerámica adquirida (con algunas excepciones) en los países en los que opera esta División [...].

El acuerdo de no captación impide al grupo JOHNSON MATTHEY intentar captar a ningún empleado *senior* de la entidad adquirida, aunque no impide hacer campañas generales de contratación.

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 los acuerdos de no competencia y no captación no van más allá de lo que de forma razonable requiere la operación notificada, por lo que forman parte de la misma.

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

De acuerdo con las notificantes, 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 los umbrales establecidos en el artículo 14.1 a) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. “PAMPLONA PE HOLDCO 5, S.A.” (PAMPLONA)

PAMPLONA es una sociedad instrumental especialmente constituida la presente operación. Es propiedad de Pamplona Capital Partners LP 1, un fondo de inversión que forma parte del grupo PAMPLONA que, en última instancia, está controlado por Alex Knaster, que canaliza todas sus inversiones de control a través del mismo.

El grupo PAMPLONA controla sociedades que se dedican a: fabricación ejes de camiones pesados (Otto Saber Achsenfabrik); distribución joyería (Amor Group); fabricación tejidos técnicos para la industria de higiene (Pegas Nonwovens); y transporte de productos químicos líquidos (ADR-Haanpää).

¹ Se inserta entre corchetes la información declarada confidencial a solicitud de la notificante.



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

VOLUMEN DE VENTAS DE PAMPLONA (millones de euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[>250]
España	[<60]	[<60]	[<60]

Fuente: Notificación.

IV.2 “Negocio de Cerámica de JOHNSON MATTHEY” (Negocio Cerámica JM)

El Negocio Cerámica JM tiene su cabecera en España y cuenta con fábricas en España, Europa, Asia y América. Se dedica primordialmente a la producción y comercialización de zircón (un mineral no metálico que se utiliza para dar opacidad al azulejo cerámico y a los sanitarios), compuestos vitrificables y colores inorgánicos, que se destinan fundamentalmente a la industria de cerámica.

JOHNSON MATTHEY es una empresa química que cotiza en la Bolsa de Londres y que centra su actividad en la producción de catalizadores, metales preciosos y productos químicos especiales.

La facturación del Negocio de Cerámica JM en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al art. 3 del R.D.1443/2001, es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DEL NEGOCIO CERÁMICA JM (millones de euros)			
	2003	2004	2005
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

Según la notificante, adquirente y adquirida no coinciden en ningún mercado horizontal o verticalmente relacionado.

La adquirida, Negocio Cerámica JM, se dedica primordialmente a la producción y comercialización de minerales destinados a la industria del azulejo cerámico y de sanitarios y, en particular, se centra en la producción de zircón, compuestos vitrificables y colores inorgánicos.

El zircón es un mineral no metálico, usualmente asociado al titanio, de forma arenosa. La adquirida lo compra a canteras con forma de arena gruesa y lo muele a fin de reducir el tamaño de las partículas. Se comercializan distintos grados de finura del zircón. Este mineral se suministra fundamentalmente a la industria cerámica (50% de la oferta), donde el negocio adquirido centra su actividad, aunque también se utiliza para fabricar objetos de mesa, cristal, revestir hornos y para fabricar elementos de la industria nuclear.



La notificante justifica la existencia de un mercado de producción de minerales molidos, considerando que la tecnología de molido de los mismos es muy parecida. Sin embargo, la falta de sustituibilidad de demanda (las características técnicas y aplicaciones de cada mineral son diferentes, en particular, en el caso de la industria cerámica, donde el zircón es el único producto que puede dar un color blanco intenso) y la reducida sustituibilidad de oferta (las materias primas utilizadas son distintas) pueden poner en cuestión esta delimitación de los mercados. Finalmente, los precedentes nacionales² y comunitarios³ definen un mercado de zircón.

El precedente nacional define como mercado relevante el de producción de zircón para la industria cerámica. En cambio, la notificante defiende la existencia de un mercado de producto más amplio, que abarca la producción de zircón para todo tipo de industrias. Desde el punto de la vista de la demanda, el zircón para la industria cerámica suele tener un grado de finura y distribución de partículas determinado y distinto al que se necesita para otros usos. Sin embargo, la notificante señala que desde el punto de vista de la oferta, los equipos y los conocimientos que se utilizan para el molido de zircón en sus distintos grados son esencialmente los mismos.

No obstante, conviene tener en cuenta que el negocio adquirido se especializa en producir zircón para la industria cerámica y que la oferta está mucho más concentrada en la producción de zircón para la industria cerámica que en la producción de zircón para todos los usos.

Lo anterior es un indicio de la existencia de un mercado de zircón para la industria cerámica, que es el que se analizará a los efectos de la presente operación. Sin embargo, la definición del mercado de producto puede quedar abierta, pues no afecta a la valoración de la operación.

En lo que respecta a las actividades del negocio adquirido en la fabricación de compuestos vitrificables (esmaltes y fritas⁴) y colores inorgánicos, su presencia en las mismas es poco significativa⁵ y tampoco existe adición de cuotas, por lo que no es necesario analizar dichos mercados a los efectos del presente expediente.

V.2. Mercado geográfico

Conforme a la notificante y a los precedentes nacionales y comunitarios, la dimensión geográfica del mercado es al menos el Espacio Económico Europeo (EEE), dada la inexistencia de barreras arancelarias, los elevados flujos comerciales internacionales y los costes de transporte relativamente reducidos.

En todo caso, dada la naturaleza de la operación, puede dejarse abierta la definición del mercado geográfico, ya que en ninguna de sus posibles delimitaciones la operación supondrá un obstáculo a la competencia. Por ello, se analizarán los efectos de la misma en el mundo, el EEE y España.

² C-18/95 del TDC.

³ M.3276 y M.660. No obstante, se refieren al mercado de minería de zircón, no al de fabricación (molido).

⁴ Las fritas son el input básico para la fabricación de esmaltes, y según la notificante, los requerimientos de equipos y conocimientos necesarios para transformar las fritas en esmaltes son reducidos.

⁵ Según la notificante, la cuota de mercado del negocio adquirido en la fabricación de compuestos vitrificables para la industria cerámica en 2005 es del [0-10]% en el mundo, del [0-10]% en el EEE, y del [0-10]% en España. En la fabricación de colores inorgánicos para la industria cerámica, su cuota en 2005 es del [0-10]% en el mundo, del [10-20]% en el EEE y del [0-10]% en España.



VI. ANÁLISIS DE MERCADO

VI.1.- Estructura de la oferta

El mercado de zircón para la industria de cerámica es relativamente concentrado. En él destacan dos operadores, el Negocio Cerámica JM, adquirido en la presente operación, y Colorobbia.

MERCADO DE ZIRCÓN PARA INDUSTRIA CERÁMICA EN MUNDO EN 2005	
Empresa	Cuota (%)
Neg. Cer. JM	[20-30]
Colorobbia	[10-20]
Pilato	[0-10]
Kreutz	[0-10]
Trebol	[0-10]
China Glaze	[0-10]
Otros	[20-30]
MERCADO DE ZIRCÓN PARA INDUSTRIA CERÁMICA EN EEE EN 2005	
Empresa	Cuota (%)
Colorobbia	[30-40]
Neg. Cer. JM	[20-30]
Pilato	[10-20]
Kreutz	[10-20]
Otros	[0-10]
Total	100

Fuente: Estimaciones de la notificante.

En el EEE, los dos primeros operadores del mercado de producción de zircón para la industria cerámica, entre ellos el negocio adquirido, concentran más del [50-60]% del mercado, mientras que los cuatro primeros operadores superan el 90%.

MERCADO DE ZIRCÓN PARA INDUSTRIA CERÁMICA EN ESPAÑA						
EMPRESA	2003		2004		2005	
	Mill. €	%	Mill. €	%	Mill. €	%
Div. Cer. JM	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]	[...]	[30-40]
Pilato	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
Colorobbia	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
Guzman	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Xilxes	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Kreutz	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Otros	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Total	[...]	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: Estimaciones de la notificante.

En España, el Negocio Cerámica JM, con una cuota del [30-40]%, ha mantenido durante los últimos años su posición como primer operador de este mercado, en el que existen otros dos operadores nacionales, Guzmán y Xilxes.



Si optásemos por una definición más amplia del mercado de producto, que abarcarse a la producción de zircón para todo tipo de industrias, las cuotas del Negocio Cerámica JM serían de [10-20]% en el mundo, de [10-20]% en el EEE y de [10-20]% en España.

VI.2.- Estructura de la demanda, distribución y fijación de precios

La demanda de zircón para la industria cerámica está relativamente fragmentada y, según la notificante, en este mercado predomina el suministro bajo pedido, sin que el negocio adquirido tenga contratos a largo plazo con clientes.

Para distribuir zircón el negocio adquirido utiliza su propia red de ventas o terceros distribuidores, sin que existan relaciones de exclusividad, y considera que la mayoría de sus competidores hacen lo mismo, aunque algunos podrían utilizar agentes. Para transportar el zircón utiliza sus propios medios de transporte o de terceros, sin que en este último caso existan relaciones de exclusividad.

Según la notificante, en el mercado del zircón para la industria cerámica se compete fundamentalmente en precio, que depende primordialmente de los costes del mineral de zircón.

La notificante señala que en los últimos años se ha producido un aumento significativo de precios del zircón (del [30-40]% entre 2004 y 2006). Según la notificante, dicha evolución obedece a que se ha reducido la oferta del mineral de zircón, como consecuencia de la reducción de la minería de titanio (del que el zircón es un subproducto), tras los excesos de oferta de años anteriores. También ha impulsado el crecimiento de precios las subidas del precio de la energía necesaria para moler el mineral de zircón.

VI.3.- Competencia potencial - barreras a la entrada

Según la notificante, no existen barreras legales significativas en el mercado de producción de zircón para la industria cerámica, dado que los requisitos regulatorios para su transformación, manipulación y distribución son muy reducidos.

Adicionalmente, apenas existen patentes o modelos industriales para las moliendas o los productos finales, ni las inversiones necesarias en moliendas o materias primas constituyen una barrera económica significativa.

La escasez de materia prima de mineral de zircón de los últimos años podría dificultar la entrada de nuevos competidores, aunque la notificante considera que hay pocas restricciones al acceso a la misma (salvo de precio). No obstante, en los últimos años han entrado competidores⁶ procedentes de países de bajo coste (como China) que utilizan distribuidores locales para comercializar sus productos.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de PAMPLONA PE HOLDCO 5, S.A. (en adelante PAMPLONA) del control exclusivo sobre el Negocio Cerámica JM, que incluye entre otras sociedades y activos a JOHNSON MATTHEY CERAMICS, S.A. y ALMIBERIA, S.A.

La operación afecta fundamentalmente a la actividad de fabricación de minerales y productos químicos para la industria de cerámica y del azulejo y, en particular, al mercado de fabricación de zircón para la industria cerámica.

⁶ Por ejemplo, Wanxing Euro, S.L.



El Negocio de Cerámica JM tiene una cuota del [20-30]% en el mercado de fabricación de zircón para la industria cerámica en el mundo, del [20-30]% en el EEE y del [30-40]% en España. Sin embargo, la adquirente no se encuentra presente en ningún mercado horizontal o verticalmente relacionado con el Negocio Cerámica JM.

En suma, como consecuencia de la operación notificada no se producen cambios significativos en la estructura de la oferta del mercado de producción de zircón para la industria cerámica. De esta forma, no cabe considerar la desaparición de competidor significativo alguno y, en consecuencia, tampoco la eliminación de una presión competitiva que afecte al funcionamiento del mercado ni propicie un incremento del riesgo de coordinación entre los restantes operadores.

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

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.