



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-05042 HEATING PRODUCTS IBERIA / ROCA CALEFACCIÓN

Con fecha 10 de mayo de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por la sociedad española HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 1, S.L. del negocio de fabricación comercialización y venta de equipos de calefacción por agua caliente de ROCA CALEFACCION, S.L.

Dicha notificación ha sido realizada por HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 1 S.L., 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) 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”.

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fecha 20 de mayo de 2005 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fecha 25 de mayo de 2005.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **15 de junio de 2005**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación consiste en la toma de control por los fondos BC PARTNERS, mediante una sociedad de nueva creación HEATING PRODUCTS IBERIA S.L.¹, del negocio de producción, comercialización y venta de equipos de calefacción de ROCA CALEFACCIÓN S.L.

¹ HEATING PRODUCTS IBERIA S.L. posee dos filiales HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 1, S.L. y HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 2, S.L., constituidas ambas a los efectos de esta operación. Cada una de las filiales adquiere una parte del negocio objeto de la presente operación. La composición de los Consejos de Administración es la misma en las tres sociedades.



HEATING PRODUCTS IBERIA S.L. pertenece a los FONDOS BC PARTNERS. Estos poseen, a su vez, una participación de control en la sociedad BAXI HOLDING LIMITED, activa en equipos de calefacción.

La operación se articula mediante un Contrato de Compraventa² [...]³. La ejecución de la operación está condicionada a la autorización por parte de las autoridades de defensa de la competencia de España. La operación está siendo también notificada en Portugal.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

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.

El **Contrato de Compraventa** incluye en su cláusula 17 un pacto de no competencia y no captación de una duración que no excederá de tres años a contar desde la fecha de cierre de la operación.

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), se considera que en el presente caso el contenido y la duración del pacto de no competencia y no captación no va 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 notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas, porque no supera los umbrales de notificación.

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) y b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPIES

IV.1. ADQUIRENTE “HEATING PRODUCTS IBERIA S.L.” (HPI)

HEATING PRODUCTS IBERIA, S.L. es la matriz de HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 1, S.L. y HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 2, S.L., sociedades de nueva creación constituidas para instrumentar la operación. En la actualidad estas empresas no desarrollan actividad alguna, una vez completada la operación, las filiales desarrollarán

²Entre ROCA CALEFACCIÓN, S.L., ROCA CERÁMICA Y COMERCIO, S.A. y ROCA SANITARIO, S.A. por un lado y HEATING PRODUCTS IBERIA S.L., HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 1, S.L., HEATING PRODUCTS IBERIA ACQUISITION 2, S.L. y BAXI HOLDING LIMITED por otro.

³ Se indican entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto se ha declarado confidencial



actividades propias del negocio adquirido. La composición del Consejo de Administración de las tres sociedades es idéntica.

Las empresas anteriores pertenecen a los FONDOS BC PARTNERS. Dichos FONDOS son sociedades de responsabilidad limitada especializadas en la inversión de capital riesgo, fundamentalmente en empresas europeas. La sociedad gestora encargada de la gestión de los FONDOS BC PARTNERS es CIE MANAGEMENT II LIMITED (CIE).

Los FONDOS BC PARTNERS poseen una participación mayoritaria en el capital social de BAXI HOLDING LIMITED (BAXI), que realiza actividades dentro del sector de los equipos de calefacción. BAXI fabrica equipos generadores (calderas) y productos complementarios y cuenta con una presencia significativa en la mayoría de los mercados de equipos de calefacción europeos, incluyendo Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. En España, no cuenta con ninguna filial. Sus ventas a clientes españoles se realizan a través de sus filiales BAXI SpA (Italia) y BAXI SA (Francia).

Las partes indican que HPI y BAXI⁴ poseen 5 consejeros comunes, tres de ellos han sido nombrados en ambas compañías en representación de CIE.

CIE gestiona en la actualidad participaciones de control en otras empresas, al margen de BAXI, que no están presentes en el sector de los sistemas de calefacción, ni en mercados ascendentes o descendentes.

La facturación del grupo adquirente en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del Real Decreto 1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas de CIE/BC FUNDS (en millones euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	[>5000]	[>5000]	[>5000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]*

Fuente: Notificación

(*) Las ventas de BAXI en ESPAÑA en 2004 fueron de [...].

IV.2 NEGOCIO ADQUIRIDO: “ROCA CALEFACCIÓN. S.L.” (ROCA CALEFACCIÓN)

ROCA CALEFACCIÓN, es una sociedad domiciliada en España. Fue constituida el 8 de marzo de 2002 como resultado de la escisión parcial de ROCA SANITARIO, S.A. (anteriormente COMPAÑÍA ROCA DE RADIADORES, S.A.), recibiendo el traspaso en bloque de la totalidad de los activos y pasivos afectos a la rama de actividad de calefacción.

Su actividad consiste, fundamentalmente, en la fabricación, ensamblaje y comercialización de cualquier producto o máquina que pueda incorporarse en instalaciones de calefacción por agua caliente, ofreciendo asimismo servicios postventa. La empresa comercializa sus productos en Portugal, Francia, Italia y en menor medida, en otros mercados de exportación.

ROCA CALEFACCIÓN ostenta una participación del 100% en el capital de la sociedad española “FABRIGAS, S.L.”⁵ y del [...] en la italiana “LO. MET LORETO METALLI, S.p.A.”⁶

⁴ HPI posee únicamente 5 consejeros y BAXI posee un total de 9 consejeros.

⁵ FABRIGAS, S.L. sociedad dedicada a la comercialización de calderas murales de gas. [...].

La operación implica también la adquisición del 100% del capital social de la entidad portuguesa “ROCA CALEFACCIÓN-SISTEMAS DE AQUECIMIENTO UNIPESAOAL LTDA”⁷. dedicada a la comercialización y venta de equipos de calefacción en Portugal.

ROCA CALEFACCIÓN pertenece en su totalidad a la sociedad española “CORPORACIÓN EMPRESARIAL ROCA, S.A.”⁸.

La facturación del negocio adquirido en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del Real Decreto 1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas de ROCA CALEFACCIÓN (en millones de euros)			
	2002	2003	2004
Mundial	[<5000]	[<5000]	[<5000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación.

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El negocio adquirido mediante la operación notificada se dedica a la venta de equipos de calefacción por agua caliente. La adquirente opera en dicho ámbito por medio de la empresa BAXI, que está presente en la mayoría de los mercados europeos de equipos de calefacción.

La notificante identifica los sistemas de calefacción por agua caliente como independientes y diferenciados de otros sistemas de calefacción, no fabricados por ROCA CALEFACCIÓN, tales como sistemas de calefacción eléctricos, bomba de calor (aire acondicionado), energía solar fotovoltaica o techo radiante eléctrico.

Las diferencias entre los distintos sistemas de calefacción radican en el tipo de energía utilizada, el precio de compra o instalación, los costes de consumo, el canal de distribución empleado, las características técnicas, capacidad, etc.

Los sistemas de calefacción por agua caliente se componen de (i) elementos generadores (calderas), (ii) equipos emisores (radiadores y paneles de hierro fundido), y (iii) complementos.

BAXI comercializa los siguientes productos en España:

(i) Generadores: se trata de los aparatos que proporcionan calor, BAXI ofrece calderas murales y de suelo. Dentro de las murales ofrece tres tipos: las que proporcionan solo calefacción, las que proporcionan calefacción y agua caliente; y las combinadas que, adicionalmente, incluyen acumuladores de agua.

Dentro de las calderas de suelo BAXI posee una amplia gama que abarca tanto productos de uso doméstico como comercial. BAXI ofrece una gama estándar (productos no

⁶ Sociedad italiana dedicada a la fabricación de radiadores de aluminio.

⁷ Filial de ROCA CERÁMICA E COMERCIO S.A. (Portugal), que, a su vez, es filial de ROCA SANITARIO S.A.

⁸ CORPORACIÓN EMPRESARIAL ROCA, S.A. detenta el 100% de ROCA SANITARIO, S.A., ROCA CALEFACCIÓN, S.L., CERÁMICA DEL FOIX, S.A. y ROCA AIRE ACONDICIONADO, S.L.

condensadores) y una gama de alto rendimiento (productos condensadores)⁹. La notificante indica que los clientes españoles de BAXI adquieren normalmente calderas de gama estándar.

(ii) Emisores: son los aparatos que difunden el calor generado. Las ventas de BAXI en España, comprenden fundamentalmente paneles de acero y radiadores de hierro fundido.

(iii) Complementos: BAXI vende en España básicamente acumuladores de agua caliente y, en menor medida, quemadores (vendidos como piezas sueltas o como parte integrante de la caldera de suelo) y piezas de recambio.

ROCA CALEFACCIÓN comercializa en España los siguientes productos:

(i) Generadores (calderas murales y de suelo). Dentro de las calderas murales existen versiones que también ofrecen el servicio de agua caliente sanitaria o por acumulación. La gama de potencia alcanza los 35Kw y están destinadas a instalaciones individuales.¹⁰

Dentro de las de suelo, ROCA vende calderas de hierro fundido y de acero, formadas por un cuerpo de elementos de hierro fundido o de acero en su caso y un quemador de gasóleo o gas gobernadas por un cuadro de control electrónico o electromecánico para su instalación en sistemas de agua caliente a radiadores. Existen versiones que también ofrecen el servicio de agua caliente sanitaria instantánea o por acumulación.

(ii) Emisores: ROCA vende en España radiadores de aluminio, de hierro fundido y radiadores y paneles de acero.

(iii) Complementos: ROCA ofrece quemadores de gas y de gasóleo; kits hidráulicos y otros complementos¹¹.

Los sistemas de calefacción pueden demandarse completos (es el caso de la demanda derivada de la construcción de viviendas) o separados por componentes. La adquisición de los distintos componentes es necesaria para el funcionamiento de los sistemas de calefacción. No obstante, desde el punto de vista de la demanda se trata de artículos no sustitutivos cuya compra no se realiza necesariamente de manera simultánea, siendo posible la preferencia por marcas o fabricantes distintos en diferentes productos. Por tanto, cabría considerarlos como mercados de producto diferentes, sin perjuicio de un posible análisis del conjunto de los sistemas de calefacción por agua.

El notificante considera, en consonancia con los diferentes precedentes sobre el tema¹², la posibilidad de segmentar los sistemas de calefacción en: **(i)** equipos generadores; **(ii)** equipos

⁹ Estos condensadores mejoran la productividad al utilizar los gases de combustión para el calentamiento y reducir las emisiones de CO₂

¹⁰ ROCA posee varios modelos: *Victoria, Laura; Vega, R-Clima, Condensación y CML*.

¹¹ Termostatos de ambiente programables, termostatos analógicos y digitales, termostatos de calderas, módulos de control remoto para calderas mediante llamada telefónica, regulación electrónica, válvulas mezcladoras, circuladores, grifería para radiadores, válvulas de zona, válvulas de esfera, depósitos de expansión, acumuladores de agua caliente sanitaria, toalleros, accesorios para calderas y quemadores, etc.

¹² Autoridad de Defensa de la Competencia Italiana: (i) procedimiento número 8949 (C4292) ELECTWEALTH/NEWMOND-BAXI HOLDINGS, de fecha 30/11/2000; (ii) procedimiento número 11422 (C5460) FERROLI/LAMBORGHINI CALOR de fecha 21/11/2002; (iii) procedimiento número 9118 (C4394) VAILLANT/HEPWORTH, de fecha 18/01/2001, y Autoridad de Defensa de la Competencia Francesa: decisión de fecha 9 de octubre de 2001, referente a la sociedad MERLONI TERMOSANITARI SpA (BOCCRF N° 2 de 31/01/02).



emisores (radiadores) y (iii) componentes, dado sus diferentes empleos, características técnicas y modalidades.

A su vez, los equipos generadores comprenden dos segmentos diferenciados: calderas murales y de suelo.

El uso de uno u otro tipo de calderas viene determinado fundamentalmente por la dimensión de la construcción en que vaya a ser instalada. Así, se suelen instalar calderas de pie en cualquier tipo de edificación no residencial (como colegios, hoteles, hospitales o edificios de la Administración) ya que tienen mayor potencia. Por lo que se refiere a las viviendas, la tendencia general (especialmente pisos) radica en las instalaciones de calderas murales por cuestiones de espacio y comodidad, siendo también posible instalar calderas de pie en viviendas unifamiliares de gran dimensión, o en edificios de viviendas con calefacción central.

Por otra parte, su uso también viene condicionado por la disponibilidad de acceso a redes de distribución de gas natural, que existen en poblaciones a partir de cierto tamaño. Así, las calderas murales utilizan fundamentalmente gas, mientras que las de suelo emplean básicamente gasóleo (sólo un 10% corresponde a gas). Por ello las calderas murales son esencialmente urbanas, donde alcanza la red de gas canalizado, mientras que las de suelo son básicamente rurales donde llega el gasóleo suministrado fundamentalmente en camiones.

Adicionalmente, los precios de las calderas de suelo suelen ser, aproximadamente, entre un 20 y un 30% superiores.

Por otra parte, la notificante indica que las calderas de suelo pueden ser de hierro fundido o de acero. ROCA señala que, actualmente, salvo las calderas de pie de gas atmosférico que están fabricadas de hierro fundido, el resto de las calderas de pie, ya sean de hierro fundido o acero, no presentan diferencias en sus características, prestaciones, vida útil o nivel de precios. ROCA considera que las diferencias de percepción por parte de los operadores entre calderas de pie de hierro fundido y de acero obedece a razones de carácter histórico¹³. La mayoría de los operadores más relevantes han ido incorporando a su gama de calderas ambos tipos. Por tanto, según la notificante, se podría indicar que ambos tipos de calderas son perfectamente sustitutivos. En todo caso, el Servicio considera que esta cuestión puede quedar abierta en la medida en que, en el presente caso, el análisis no varía sustancialmente en función de una definición más o menos estrecha del mercado de equipos generadores.

Por su parte, los equipos emisores comprenden radiadores de aluminio, de hierro fundido y de acero¹⁴. En el presente caso, este Servicio no estima necesario delimitar con precisión la definición del mercado de producto relevante, en la medida en que el análisis no varía sustancialmente en función de que se tome como referencia una definición más o menos estrecha del mercado.

Por último, los complementos comprenden un conjunto muy heterogéneo de productos pudiendo diferenciarse mercados más estrechos, si bien, en el presente caso, esta cuestión se puede dejar abierta en la medida en que el resultado del análisis no varía sustancialmente en función de la definición más o menos amplia de los mismos.

A la luz de las consideraciones anteriores y, en particular, de la actividad de las partes, este Servicio considerará como relevantes a los efectos del análisis de la presente operación los

¹³ El material tradicionalmente utilizado en la fabricación de las calderas de pie ha sido el hierro fundido. [...].

¹⁴ BAXI no vende radiadores de aluminio.

mercados de calderas murales, de caleras de suelo, de emisores y de complementos, sin perjuicio de que en el futuro, en función de las necesidades del análisis, quepa adoptar otras segmentaciones. Adicionalmente, el Servicio analizará el impacto de la operación sobre el conjunto de los equipos de calefacción por agua caliente.

V.2. Mercado geográfico

La parte notificante, siguiendo los precedentes de otras autoridades nacionales de competencia antes citados, indica que los mercados considerados relevantes a los efectos de esta operación son de dimensión nacional.

Esta definición nacional del mercado geográfico viene dada por, la diferencia de precios (en España son un 15% inferiores a los de otros Estados Miembros), las diferencias en las preferencias de los consumidores a nivel nacional tanto en sistemas de calefacción como en la energía mayoritariamente utilizada¹⁵. Adicionalmente existen diferencias en las normativas nacionales de orden técnico a pesar de las Directivas de ámbito europeo que definen las características esenciales de los equipos de calefacción¹⁶. Por último, la implantación a gran escala en España depende de la proximidad del distribuidor y del servicio postventa.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. Características y evolución:

Los generadores (calderas) suponen un [45-55]% del tamaño total del mercado dentro de los sistemas de calefacción por agua caliente (del que el [75-85]% en valor y el [65-75]% en volumen corresponde a calderas murales), los emisores un [25-35]% (del que un [65-75]% de las ventas en 2004 corresponde a emisores de aluminio, un [5-15]% a emisores de hierro fundido y un [15-25]% a emisores de acero) y los complementos, aproximadamente, un [20-30]%.

MERCADO ESPAÑOL DE EQUIPOS DE CALEFACCIÓN POR AGUA CALIENTE						
	2002		2003		2004	
	Ventas (mill. €)	Unidades	Ventas (mill. €)	Unidades	Ventas (mill. €)	Unidades
GENERADORES						
-Murales	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
-Suelo	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Subtotal	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
EMISORES						
-Aluminio	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
-Hierro fundido	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
-Acero	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Subtotal	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

¹⁵ Así en España se ha incrementado y afianzado el consumo de gas natural en los últimos años, mientras que en Alemania o Austria, además de los combustibles convencionales se tiende a la energía solar. En Bélgica y Grecia se encuentra más extendido el gasóleo y en Francia la utilización de los sistemas de calefacción tienen gran difusión.

¹⁶ Así en Francia y Alemania es obligatorio que las caldera murales vendidas incorporen un sistema de desconexión ("disconnecteur"). En Bélgica y Alemania los grupos térmicos de gasóleo de pie deben estar equipados con quemadores de bajo NOx, ya que existen normas particulares que reducen el nivel de NOx admitido en el resto de los países.

MERCADO ESPAÑOL DE EQUIPOS DE CALEFACCIÓN POR AGUA CALIENTE						
	2002		2003		2004	
	Ventas (mill. €)	Unidades	Ventas (mill. €)	Unidades	Ventas (mill. €)	Unidades
COMPLEMENTOS						
-Quemadores	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
-Otros compl.	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Subtotal	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TOTAL	[...]		[...]		[...]	

Fuente: estimaciones del notificante.

Por su parte, el crecimiento del total de ventas de equipos de calefacción por agua caliente es limitado: [<2] % en 2003 y de [<5] % en 2004. Las ventas de generadores han registrado un ligero retroceso (en valor pero no en unidades), mientras que las de emisores permanecen relativamente estancadas. Son los complementos los que registran unas ventas más dinámicas. Así, se trata de un mercado, de acuerdo con la notificante, maduro y consolidado.

VI.2. Estructura de la oferta:

El mercado español de equipos de calefacción por agua caliente en su conjunto presenta la siguiente estructura:

MERCADO ESPAÑOL DE EQUIPOS DE CALEFACCIÓN POR AGUA CALIENTE (cuotas sobre volumen de ventas)			
EMPRESA	2002	2003	2004
ROCA CALEFACCION	[30-35] %	[30-35] %	[30-35] %
GRUPO BAXI	-	-	[0-5] %
HPI (BAXI/ROCA)	[30-35] %	[30-35] %	[30-35] %
SAUNIER DUVAL/VAILLANT	[10-15] %	[10-15] %	[10-15] %
FERROLI	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
BOSCH-BUDERUS(JUNKERS, BUDERUS)	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
FONDITAL	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %
OTROS	[35-40] %	[35-40] %	[30-35] %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Fuente: estimaciones del notificante.

Como consecuencia de la operación, la entidad resultante tendrá una cuota del [30-35] % en el mercado español de los equipos de calefacción por agua caliente. HPI, que únicamente cuenta con el [0-5] % del mercado correspondiente a su filial BAXI, adquirirá la cuota del [30-35] % de ROCA CALEFACCION, líder español en el mercado de los equipos de calefacción por agua caliente. Así la estructura del mercado apenas se verá alterada. El principal competidor de la entidad resultante será SAUNIER DUVAL/VAILLANT, a una distancia de aproximadamente 20 puntos porcentuales.

En suma, tras la operación HPI se convertirá en primera empresa en el mercado español y en el tercer operador europeo de equipos de calefacción por agua.



Por su parte, el mercado español de calderas murales presenta la siguiente estructura:

MERCADO ESPAÑOL DE CALDERAS MURALES (cuotas sobre volumen de ventas)			
EMPRESA	2002	2003	2004
ROCA CALEFACCION	[15-20]%	[15-20]%	[15-20]%
GRUPO BAXI	-	-	[0-5]%
HPI (BAXI/ROCA)	[15-20]%	[15-20]%	[20-25]%
SAUNIER DUVAL/VAILLANT	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%
BOSCH-BUDERUS	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
OTROS	[35-40]%	[35-40]%	[35-40]%
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: estimaciones del notificante.

Tras la operación, la entidad resultante dispondrá de una cuota en el mercado español de calderas murales del [20-25]%, de la que sólo 2,4 puntos corresponden a la adquirente. El Grupo SAUNIER DUVAL/VAILLANT continuará siendo el líder de este mercado con un cuota del [30-35]%.

El mercado español de calderas de suelo presenta la siguiente estructura:

MERCADO ESPAÑOL DE CALDERAS DE SUELO (cuotas sobre volumen de ventas)			
EMPRESA	2002	2003	2004
ROCA CALEFACCION	[45-50]%	[45-50]%	[45-50]%
GRUPO BAXI	-	-	[0-5]%
HPI (BAXI/ROCA)	[45-50]%	[45-50]%	[45-50]%
FERROLI	[15-20]%	[15-20]%	[15-20]%
DOMUSA	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
YGNIS	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
OTROS	[15-20]%	[15-20]%	[15-20]%
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: estimaciones del notificante.

Tras la operación, la empresa resultante asume en el mercado de las calderas de suelo la posición de líder del mercado que ostentaba ROCA CALEFACCIÓN a gran distancia de sus competidores. Sin embargo, la adición de cuotas que se produce como consecuencia de la operación es, de nuevo, poco significativa (inferior al [0-5]%), dado el punto de partida de la adquirente.

Por otra parte, el mercado español de emisores presenta la siguiente estructura:

MERCADO ESPAÑOL DE EMISORES (cuotas sobre volumen de ventas)			
EMPRESA	2002	2003	2004
ROCA CALEFACCION	[30-35]%	[30-35]%	[30-35]%
GRUPO BAXI	-	-	[0-5]%
HPI (BAXI/ROCA)	[30-35]%	[30-35]%	[35-40]%
FERROLI	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
RAYCO	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
MANAUT	[5-10]%	[5-10]%	[5-10]%

MERCADO ESPAÑOL DE EMISORES (cuotas sobre volumen de ventas)			
EMPRESA	2002	2003	2004
FONDITAL	[0-5]%	[0-5]%	[5-10]%
OTROS	[20-25]%	[20-25]%	[15-20]%
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: estimaciones del notificante.

Tras la operación, la empresa resultante adquirirá la posición de ROCA CALEFACCION en el mercado español de emisores con una adición de cuotas insignificante.

En lo referente al mercado de complementos HPI, asumirá a la condición de líder que ostenta ROCA CALEFACCIÓN en la mayoría de los productos que lo integran, con cuotas que no exceden en ningún caso del [30-35]%¹⁷, según estimaciones de la notificante. El único solapamiento de las partes se produce en los quemadores, segmento en el que, como pone de relieve el cuadro siguiente, la adición de cuota es inferior al [0-5]% y en el que SEDICAL ([30-35]%) continuará siendo el primer operador.

MERCADO ESPAÑOL DE QUEMADORES (cuotas sobre volumen de ventas)			
EMPRESA	2002	2003	2004
ROCA CALEFACCION	[25-30]%	[25-30]%	[25-30]%
GRUPO BAXI	-	-	[0-5]%
HPI (ROCA/BAXI)	[25-30]%	[25-30]%	[25-30]%
SEDICAL	[25-30]%	[25-30]%	[25-30]%
LAMBORGHINI	[15-20]%	[15-20]%	[15-20]%
ECOFLAM	[10-15]%	[10-15]%	[10-15]%
OTROS	[15-20]%	[15-20]%	[15-20]%
TOTAL	100%	100%	100%

Fuente: estimaciones del notificante.

Los principales competidores de las partes en los distintos mercados son las siguientes empresas:

- FERROLI es el principal competidor de ROCA CALEFACCIÓN. Este grupo italiano es el único operador que cuenta con presencia en los segmentos y en las familias de productos más relevantes del mercado de los equipos de calefacción. Opera también en equipos de aire acondicionado. Tiene nueve fábricas en Italia y once filiales en nueve países europeos. En España tiene su propia fábrica donde produce radiadores de aluminio. Comercializa sus productos bajo la marca FERROLI y FER.
- VAILLANT/SAUNIER DUVAL (Grupo VAILLANT) orienta sus ventas en España principalmente a calderas murales y calentadores de agua. También vende emisores producidos por otros fabricantes (p, ej: BIASI). VAILLANT no produce en España pero comercializa sus productos, principalmente, calderas murales, calentadores y acumuladores.
- JUNKERS es la filial de la multinacional ROBERT BOSCH especializada en la fabricación de los equipos de calefacción. Posee fábricas en Alemania, Francia, Inglaterra, Turquía y

¹⁷ Otros productos en los que ROCA CALEFACCIÓN supera la cuota del 25% son: Termostatos/reg ([25-30]%), circuladores ([30-35]%), Grifería ([25-30]%), Acumuladores ([25-30]%), Toalleros ([30-35]%).

China y comercializa sus productos en todo el mundo. En España se centra fundamentalmente en los mercados calderas murales de gas y de pie.

- MANAUT es un fabricante español radicado en Martorellas (Barcelona). Fabrica paneles de acero y radiadores de aluminio. También comercializa calderas murales y calderas de suelo de acero fabricadas por terceros (p, Ej. BASI, Italia), bajo su propia marca.
- C&M filial de MERLONI TERMOSANITARI (MTS), fabricante italiano de calentadores de agua, calderas, quemadores y componentes, que mantiene una filial domiciliada en Barcelona.
- INDUSTRIAS RAYCO es un fabricante español fundado en 1967, cuya actividad se centra fundamentalmente en la fabricación de radiadores de aluminio y que también comercializa paneles de acero.
- FAGOR fabricante español con una división especializada en equipos de calefacción y de aires acondicionados, integrado en la cooperativa Mondragón.

VI.3. Estructura de la demanda, precios y distribución.

La estructura de la demanda está formada fundamentalmente por tres segmentos: demanda derivada de obra nueva, de rehabilitación de viviendas y de reposición de productos. Dentro del segmento de obra nueva el más importante corresponde a la construcción residencial. La rehabilitación de viviendas va dirigida fundamentalmente a la demanda de equipamiento de equipos de calefacción de agua en viviendas que carecían de los mismos y que los solicitan por motivos tales como el mayor poder adquisitivo o la ampliación de la red de gas canalizado. La reposición, por su parte, atiende a los clientes que reemplazan equipos o componentes antiguos por otros nuevos.

En general, la demanda viene dada tanto por el precio como por las prestaciones, imagen de marca, servicios postventa y cursos de formación a instaladores. Los precios se fijan en función de los costes y la evolución de los de la competencia.

Los precios de las calderas murales de ROCA¹⁸ son similares a los de la media de la competencia. Los de las calderas de suelo, de hierro fundido¹⁹ o de acero²⁰, están por encima de los de sus competidores, si bien sus productos presentan ciertos elementos de diferenciación frente a otros operadores. En cuanto a sistemas emisores, los precios de los radiadores de aluminio²¹ son superiores a los de la competencia, siendo su oferta también diferenciada y disponiendo de gamas con precios más económicos. Por su parte, los precios de los paneles de acero²² son semejantes a los de los competidores nacionales y superiores a los de los fabricantes extranjeros. En cuanto a los emisores de hierro fundido²³, sus precios son superiores a los de los fabricantes extranjeros que operan en España.

En cuanto a los precios de BAXI, en calderas murales se aprecian diferencias importantes entre los productos de gama estándar o gama alta. Los precios correspondientes a su gama estándar se encuentran aproximadamente en la media del mercado²⁴. En cuanto a su gama alta, los precios son claramente superiores a los de los competidores nacionales. En calderas de suelo

¹⁸ [...].
¹⁹ [...].
²⁰ [...].
²¹ [...].
²² [...].
²³ [...].
²⁴ [...].



los precios de BAXI son muy superiores al precio medio del mercado nacional²⁵. En lo referente a los precios de emisores, tanto radiadores de hierro fundido²⁶ como paneles de acero²⁷, éstos son inferiores al precio medio del mercado.

Los diez principales clientes²⁸ de ROCA CALEFACCIÓN no alcanzan el [15-20]% de su volumen de facturación. ROCA distribuye sus equipos fundamentalmente a través de terceros.

El principal canal de distribución está formado por “almacenistas”. Se trata de una red formada por [...] distribuidores con [...] puntos de venta en España. Atienden a [...] instaladores de calefacción sobre una base total de unos [...] instaladores existentes en España. A través de estos distribuidores se canaliza el [65-75]% de las ventas. ROCA señala que estos “almacenistas” no están vinculados por una relación de exclusividad.

El segundo canal de distribución está formado por grandes instaladores, que suponen el [15-25]% de las ventas totales de ROCA CALEFACCIÓN. El [0-5]% restante se vende directamente a [...] grandes constructoras.

La situación de BAXI en España es distinta, el [65-75]% de sus ventas corresponde a equipos vendidos como marca blanca a [...]. El [20-30]% restante de las ventas corresponde a distribuidores [...], de los que ICMA COMPONENTES, S.L.²⁹, distribuidor autorizado de BAXI, adquiere un [35-45].³⁰

Los principales competidores tienen canales de distribución análogos a los de ROCA CALEFACCIÓN³¹.

VI.4. Competencia potencial - Barreras a la entrada

La notificante considera que no existen barreras de entrada sustantivas a los mercados relevantes. Cualquier empresa que disponga de un producto homologado CE, según las directivas aplicables³², puede ser comercializado en el mercado español si bien existen diferencias de carácter técnico en algunos Estados miembros.³³

En todo caso, la notificante reconoce que las características concretas del mercado español exigen la presencia física en el mismo mediante una red de distribución consolidada.

²⁵ [...].

²⁶ [...].

²⁷ [...].

²⁸ [...].

²⁹ ICMA COMPONENTES distribuye otras marcas de equipo de calefacción.

³⁰ [...].

³¹ [...].

³² Directiva 90/396/CEE del Consejo, de 29 de junio de 1990, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros sobre los aparatos de gas. Directiva 93/42/CEE del Consejo, de 21 de mayo de 1992, relativa a los requisitos de rendimiento para las calderas nuevas de agua caliente alimentadas por combustibles líquidos o gaseosos. Directiva 97/23/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 de mayo de 1997 relativa a equipos a presión. Directiva 73/23/CEE del Consejo de 3 de mayo de 1989 sobre la compatibilidad electromagnética. Directiva 98/37/CE sobre máquinas. Directiva 1999/5/CE sobre equipos terminales de radiocomunicación y telecomunicación. Directiva 89/106/CEE sobre productos en construcción.

³³ Real Decreto 1751/1998, del 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de instalaciones térmicas en los edificios (RITE) y sus instalaciones técnicas complementarias (ITE) y se crea la Comisión para las instalaciones térmicas de los edificios. Real Decreto 1853/1993, de 22 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de instalaciones de gas en locales destinados a usos domésticos, colectivos o comerciales (RIGLO).



En los tres últimos ejercicios, ROCA CALEFACCIÓN ha destinado un promedio de un [...] % de su cifra total de negocios a los gastos de investigación y desarrollo. La notificante indica que tras la operación la política de investigación y desarrollo de HPI será similar a la que mantiene BAXI, quien destina un [...] % de su volumen de negocios a esta actividad.

En todo caso, en los últimos años no se conocen nuevos operadores que hayan accedido al mercado.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación consiste en la toma de control por los fondos BC PARTNERS, mediante una sociedad de nueva creación, HEATING PRODUCTS IBERIA S.L (HPI), del negocio de producción, comercialización y venta de equipos de calefacción de ROCA CALEFACCIÓN S.L.

La adquirente también controla la empresa BAXI HOLDING LIMITED (BAXI), que opera en el mercado de equipos de calefacción por agua.

Como consecuencia de la operación, HPI, empresa vehículo utilizada por los FONDOS BC para la operación, adquirirá la posición de líder del mercado que ostenta ROCA CALEFACCIÓN en los sistemas de calefacción por agua en España, sin que exista una adición de cuotas significativa. En efecto, la cuota de BAXI es inferior al [0-5] %.

En particular, la cuota conjunta de las partes en el mercado español de calderas murales es del [20-25] %, por detrás del líder, el Grupo SAUNIER DUVAL/VAILLANT ([30-35] %). Por su parte, en el mercado de calderas de suelo, la adquirente, que cuenta con una cuota inferior al [0-5] %, asumirá la condición de líder del mercado que ostentaba ROCA CALEFACCIÓN ([45-50] %), a considerable distancia de sus competidores. En todo caso, la escasa acumulación de cuotas en los mercados españoles de calderas resulta en una modificación de su estructura de carácter escasamente significativo.

Por su parte, la adquirente también adquiere la posición de ROCA CALEFACCIÓN ([35-40] %) en el mercado español de emisores en el que la presencia de BAXI es menor ([0-5] %).

Por último, la entidad resultante asumirá la cuota de mercado que posee ROCA CALEFACCIÓN en la mayor parte de segmentos del mercado de complementos con cuotas que no exceden en ningún caso del [30-35] %. El único solapamiento de las partes se produce en el segmento de quemadores en el que la adquirente suma a su cuota del [0-5] % el [25-30] % correspondiente a ROCA, resultando en un total inferior al del líder del mercado, SEDICAL ([25-30] %).

En definitiva, en términos generales, la operación no supone cambios significativos en la estructura de los mercados relevantes, dada la escasa presencia de la adquirente en España. Los fondos adquirentes pasan, a grandes rasgos, a asumir la posición que ROCA disfruta en estos mercados.

Adicionalmente, dado que ambas empresas presentan en España una gama de productos comparable no parece que, como consecuencia de la operación, se vaya a producir un efecto cartera significativo.

Por otra parte, la mayoría de las marcas presentes en el ámbito europeo están presentes en el mercado español, con mayor o menor presencia dependiendo del segmento. En todo caso,



para operar en el mercado español es preciso disponer de una red de distribución y de servicio postventa, no necesariamente en propiedad, consolidada.

Conclusión

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas y, en particular, dada la escasa presencia de la adquirente en los distintos mercados de producto relevantes en España, no cabe esperar que la operación de referencia pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en los mercados relevantes.

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.