

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**EXPEDIENTE C-1116/20 PIGMENTS/FERRO CORPORATION**

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 11 de junio de 2020 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición, por parte de PIGMENTS SPAIN, S.L. ("PIGMENTS"), del control exclusivo de varios activos y pasivos y varias empresas propiedad de FERRO CORPORATION ("FERRO"). En relación con España, la Operación supone la adquisición de las acciones de FERRO SPAIN, S.A. ("FERRO SPAIN"), ENDEKA HOLDCO SPAIN, S.L.U. ("ENDEKA"), ENDEKA CERAMICS, S.L. ("ENDEKA CERAMICS"), ZIRCOSIL S.L.U. ("ZIRCOSIL"), QUIMICER S.L.U. ("QUIMICER") y ciertos activos propiedad de GARDENIA-QUÍMICA, S.A. ("GARDENIA").
- (2) En ejercicio de lo dispuesto en los artículos 37.2.b y 55.5 de la LDC, con fecha 19 de junio de 2020 la Dirección de Competencia requirió a la Notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente, acordándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC. La respuesta a dicho requerimiento de información tuvo entrada ese mismo día, el 19 de junio de 2020.
- (3) Con fecha 25 de junio de 2020 la Dirección de Competencia requirió a la Notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente, acordándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC.
- (4) Con fecha 26 de junio de 2020 la Dirección de Competencia requirió, en virtud de lo dispuesto en los artículos 37.1.b y 55.6 de la LDC, información adicional a terceros, en este caso a ARGENTA CERAMICA, S.L., BALDOCER, S.A.M HALCON CERAMICAS, S.L.U., NASEVIL DIGI INKS, S.L., PAMESA GRUPO EMPRESARIAL, S.L., SPANISH TILE FROM NULES S.A.U., acumulándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC.
- (5) Las respuestas a dichos requerimientos de información tuvieron entrada entre el 1 de julio y el 16 de julio de 2020 acordándose con dicha última fecha el levantamiento de la suspensión del plazo.
- (6) Con fecha 17 de julio de 2020 la Dirección de Competencia requirió, en virtud de lo dispuesto en los artículos 37.1.b y 55.6 de la LDC, información adicional a terceros, en este caso a COLOROBIA ESPAÑA, S.A., COLORONDA S.L., ESMALTES, S.A., KERAFRIT, S.A., MEGACOLOR PRODUCTOS CERÁMICOS, S.L., SMALTICERAM ESPAÑA, S.A., TORRECID, S.A., VERNIS, S.A., VIDRES, S.A., ZSCHIMMER&SCHWARZ ESPAÑA, S.A., acordándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC.
- (7) Con fecha 23 de julio de 2020 la Dirección de Competencia requirió información adicional a terceros, en este caso a COLOR-ESMALT, S.A., ESMALTILE

PRODUCTOS CERAMICOS, S.L., acumulándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC.

- (8) Las respuestas a dichos requerimientos de información tuvieron entrada entre el 30 de julio de 2020 y el 13 de agosto de 2020.
- (9) Con fecha 13 de agosto de 2020 la Dirección de Competencia requirió a la Notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente, acumulándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC.
- (10) Con fecha 2 de septiembre de 2020, 8 de septiembre de 2020 y 18 de septiembre de 2020 la Dirección de Competencia requirió a la Notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente, acumulándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC.
- (11) Las respuestas a dichos requerimientos de información tuvieron entrada el 3, 16, 18 de septiembre y el 2 de octubre de 2020 respectivamente.
- (12) Con fecha 23 de septiembre de 2020 la Dirección de Competencia requirió información adicional a terceros, en este caso a ALTTOGLASS, S.A., BESTILE, S.L, CERAMICA VILAR ALBARO, S.L., CERAMICAS MIMAS, S.L., CERPA CERAMICA, S.L., CODICER 95, S.L., CRISTAL CERAMICAS, S.A., DIEZ PRODUCTOS CERÁMICOS, S.L., EMIGRES, S.L., GRES DE ARAGON, S.A., GRES PANIA, S.A., HIJOS DE FRANCISCO GAYA FORES, S.L., HISPANIA CERAMICA, S.A., ICON CERAMIC DESIGN, S.L., KAB INTERNATIONAL TRADING HOLDING CO, S.L., KERABEN GRUPO, S.A., NATUCER, S.L., NEW TILES, S.L., PORCELANOSA, S.A., S.L., TODAGRES, S.A., acumulándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC. Con fecha 23 de octubre de 2020 se realizó una reiteración del requerimiento de información a varios clientes.
- (13) Las respuestas al requerimiento de información a terceros del 23 de septiembre de 2020 tuvieron entrada entre el 1 de octubre y el 16 de noviembre de 2020.
- (14) Con fecha 22 de octubre de 2020 la Dirección de Competencia requirió a la Notificante información de carácter necesario para la resolución del expediente, acumulándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC. La respuesta a dicho requerimiento de información tuvo entrada el 5 de noviembre de 2020.
- (15) Con fecha 25 de noviembre de 2020 la Dirección de Competencia requirió a la Notificante y a terceros, en este caso a FERRO, información de carácter necesario para la resolución del expediente, acumulándose la suspensión del plazo máximo para dictar resolución en primera fase establecido en el artículo 36.2.a) de la LDC. Las respuestas al requerimiento de información a la Notificante y a FERRO tuvieron entrada el 1 de diciembre de 2020.
- (16) Con fecha 17 de noviembre de 2020, la notificante presentó una propuesta de compromisos, y en virtud del artículo 59.2 de la LDC, la presentación de los

mismos amplía en 10 días el plazo máximo para resolver en primera fase del procedimiento.

- (17) Con fecha 26 de noviembre de 2020, la Notificante presentó una versión final de compromisos.
- (18) Asimismo, con fecha 27 de noviembre de 2020, en virtud de lo dispuesto en los artículos 39.1 y 55.6 de la LDC y a fin de valorar los efectos de la citada operación de concentración, se realizó un test de los compromisos presentados dirigido a competidores y clientes de la Notificante, suspendiendo los mismos el plazo máximo para resolver, en la medida en que las respuestas a las mismas contendrían información necesaria para la valoración de la operación de concentración notificada.
- (19) Las respuestas relativas al test de los compromisos presentados han tenido entrada en la CNMC entre el 1 de diciembre de 2020 y el 7 de diciembre de 2020.
- (20) Con fecha de 11 de diciembre de 2020 se acordó el levantamiento de la suspensión del plazo máximo para resolver el presente procedimiento de control de concentraciones.
- (21) Por todo ello, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **13 de enero de 2021**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (22) La operación notificada es una concentración económica en el sentido del artículo 7.1 b) de la LDC.
- (23) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (24) La operación notificada cumple los requisitos previstos por la LDC al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) y 8.1.b) de la misma.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (25) La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Contrato de Compraventa de Activos y Acciones (“ASPA”) firmado el 15 de diciembre de 2019 entre PIGMENTS SPAIN, S.L. (PIGMENTS o “Comprador”) y FERRO CORPORATION (FERRO o “Vendedor”). Dicho acuerdo contiene (i) una cláusula de no competencia, (ii) una cláusula de no captación, (iii) una cláusula de confidencialidad y (iv) un acuerdo de licencia.
- (26) Por otro lado, la operación está sujeta a los acuerdos necesarios en las distintas jurisdicciones para transferir los activos y las acciones de las sociedades directamente relacionadas con el Negocio Adquirido (Contratos de Compra Locales).

- (27) Adicionalmente, la operación será implementada de acuerdo con un Plan de Separación del Negocio de Baldosas que conlleva la firma de (i) varios acuerdos de suministro entre las Partes, (ii) acuerdos de servicios transitorios y (iii) acuerdos de fabricación.

III.1. CLÁUSULA NO COMPETENCIA

- (28) La cláusula 5.12 (a)(i) del ASPA contiene una obligación de no competencia de [>2 años] de duración. En virtud de dicha cláusula, FERRO no competirá con el Negocio Adquirido en las áreas geográficas en las que éste tenga presencia física o haya realizado alguna actividad económica durante el año anterior al cierre.
- (29) Además, FERRO no adquirirá intereses en ninguna empresa que esté involucrada en la Actividad Competidora si tal actividad representa más del [10-20%] de sus ingresos totales¹. Lo anterior no impide la adquisición de participaciones pasivas que representen menos del [0-10]% del total de los derechos de voto u otras participaciones en el capital de cualquier empresa que realice la Actividad Competidora, ni la conservación por parte de FERRO de la explotación de cualquier negocio que vaya a mantener después de la operación, incluido el desarrollo, la producción y la comercialización de colores de masa.

III.2. CLÁUSULA DE NO CAPTACIÓN

- (30) La Cláusula 5.12 (a)(ii) del ASPA contiene una obligación de no captación de empleados durante un periodo de [>2 años] tras el cierre. FERRO no ofrecerá empleo [...]. Esta obligación no limita la capacidad de FERRO de contratar personas que respondan a una oferta general de empleo que no esté dirigida específicamente a los empleados de la Notificante y del Negocio Adquirido.
- (31) La Cláusula 5.12 (a)(iii) del ASPA contiene una obligación de no captación de clientes durante un periodo de [> 2 años] tras el cierre. FERRO no captará pedidos de personas o empresas del Negocio Adquirido [...]. Esta obligación se limita a los bienes y servicios prestados por el Negocio Adquirido antes del cierre y no limita la capacidad de FERRO para intentar captar pedidos de tales clientes en relación con cualquiera de los negocios que FERRO mantendrá después de la operación.

¹ A menos que en los [...]

III.3. CLÁUSULAS DE CONFIDENCIALIDAD

- (32) La Cláusula 5.12 (a)(iv) del ASPA establece que FERRO no revelará a terceros ningún secreto comercial ni ninguna otra información confidencial relacionada con el Negocio Adquirido, sin que se establezca una duración predeterminada para la misma.

III.4. OBLIGACIONES DE COMPRA O DE SUMINISTRO

- (33) El Anexo 2.1.2 del Plan de Separación del Negocio de Baldosas, de acuerdo con el cual el Negocio Adquirido se segregará del negocio que retiene FERRO, incluye la firma de varios acuerdos de suministro transitorio para garantizar la continuidad en sus operaciones tras la ruptura de los cauces tradicionales de compra y suministro que existían debido a la integración de las actividades de FERRO en la planta de ALMAZORA, transferida en la presente operación, y que el vendedor deberá abandonar en un plazo de [...] tras la terminación del acuerdo. Durante el periodo transitorio de duración de tales acuerdos de suministro, ciertas secciones de la planta serán utilizadas exclusivamente por FERRO o la Parte Notificante, mientras que otras áreas serán compartidas.

III.4.1. OBLIGACIONES DE SUMINISTRO DE GARDENIA DE ADITIVOS PARA BALDOSAS CERAMICAS AL NEGOCIO ADQUIRIDO

- (34) GARDENIA suministrará ciertos aditivos para baldosas cerámicas al Negocio Adquirido, [...]², durante un periodo máximo de [<5 años]³.
- (35) Según este acuerdo, GARDENIA [...] en el momento del cierre, ni GARDENIA ni sus filiales podrán suministrar los aditivos o productos similares a competidores del Negocio Adquirido sin el consentimiento previo por escrito del Negocio Adquirido y, finalmente, GARDENIA [...]. A su vez, el Negocio Adquirido concede a GARDENIA y a sus filiales [...]⁴.

² El suministro se realizará [...], hasta que pueda fabricar esos productos por sí mismo u organizar una logística y suministro alternativos.

³ Un periodo inicial de [<5 años], prorrogable hasta dos veces por periodos adicionales de [<5 años].

⁴ El Negocio Adquirido no está obligado a comprar ningún volumen específico, es libre de producir o comprar dichos aditivos a terceros y puede rescindir el acuerdo en cualquier momento, previa notificación por escrito con al menos [...] de antelación.

III.4.2 OBLIGACIONES DE SUMINISTRO DE FERRO DE COLORES DE ESMALTE AL NEGOCIO ADQUIRIDO

- (36) FERRO suministrará al Negocio Adquirido colores de esmalte finales y colores intermedios [...] ⁵, durante un periodo máximo de [<5 años] ⁶.
- (37) Según dicho acuerdo, FERRO [...], FERRO y sus filiales no [...] y FERRO ⁷[...]

III.4.3. OBLIGACIONES DE SUMINISTRO DEL NEGOCIO ADQUIRIDO DE FRITAS Y VIDRIO A FERRO

- (38) El Negocio Adquirido suministrará a FERRO fritas cerámicas, fritas esmaltadas para porcelana y vidrio, [...] ⁸, durante un periodo máximo de [< 5 años] ⁹, mientras FERRO reubica su producción ¹⁰.
- (39) Para ello, el Negocio Adquirido deberá mantener [...] a FERRO y el Negocio Adquirido utilizará el equipo específico de las instalaciones de ALMAZORA únicamente para producir estos productos para FERRO.

III.5. ACUERDOS DE SERVICIOS TRANSITORIOS

- (40) La ejecución del Plan de Separación del Negocio de Baldosas implica acuerdos de servicios transitorios, en virtud de los cuales FERRO y la Notificante se prestarán mutuamente determinados servicios administrativos durante un periodo transitorio máximo de [<5 años].

III.6. ACUERDOS DE LICENCIA

- (41) Según la cláusula 5.18 del ASPA, FERRO concede a la Notificante un derecho libre de royalties, irrevocable, no exclusivo, no susceptible de sublicencia y no asignable de uso del nombre de FERRO durante un periodo de tiempo limitado después del cierre de la operación ¹¹.

III.7. OTROS ACUERDOS

III.7.1 ACUERDOS DE FABRICACIÓN

- (42) Las Partes han suscrito dos acuerdos de fabricación (“tolling supply agreements”), en virtud de los cuales se comprometen a prestarse mutuamente determinados servicios de fabricación de corta duración, con el fin de permitir que

⁵ Ver nota al pie 2.

⁶ El Negocio Adquirido no está obligado a comprar ningún volumen específico, es libre de producir o comprar estos productos a terceros y puede rescindir el acuerdo en cualquier momento, previa notificación por escrito con al menos [...] de antelación [...].

⁷ Esta disposición está relacionada con la división de los activos de las instalaciones de ALMAZORA que realizarán las Partes tras el cierre. Para garantizar que los bienes que adquiere la Notificante no se desgastan demasiado, se establece que, durante el periodo transitorio hasta el abandono de las instalaciones de ALMAZORA, FERRO [...].

⁸ Ver nota al pie 2 y 5.

⁹ FERRO no está obligada a comprar ningún volumen específico, es libre de producir o comprar estos productos a terceros y puede rescindir el acuerdo en cualquier momento, previa notificación por escrito con al menos [...] de antelación. El [...].

¹⁰ Esta disposición está relacionada con la división de los activos de las instalaciones de ALMAZORA. En concreto, hasta que FERRO reubique la producción de los negocios que mantiene, se le garantiza el suministro de [...].

¹¹ Con el fin de dar a la Parte Notificante un tiempo razonable para eliminar gradualmente el uso del nombre de FERRO.

el Negocio Adquirido o FERRO continúen desarrollando sus actividades mientras organizan soluciones operativas alternativas. Estos acuerdos son:

a) SUMINISTRO POR PARTE DE FERRO DE SERVICIOS DE EMBOLSADO DE FRITAS AL NEGOCIO ADQUIRIDO

- (43) FERRO prestará servicios de embolsado de fritas al Negocio Adquirido en las instalaciones de ALMAZORA, [...], por un periodo máximo de [<5 años] ¹².
- (44) Este acuerdo establece que FERRO no prestará servicios de fabricación sustancialmente similares a ningún competidor del Negocio Adquirido sin el consentimiento previo por escrito del Negocio Adquirido ¹³.

b) SUMINISTRO DEL NEGOCIO ADQUIRIDO DE REVESTIMIENTOS DE ESMALTE DE PORCELANA DE FABRICACIÓN ARTESANAL, SERVICIOS DE FRESADO PARA REVESTIMIENTOS NO TEXTILES Y EMBOLSADO DE CIERTAS MATERIAS PRIMAS

- (45) El Negocio Adquirido fabricará revestimientos de esmalte de porcelana y prestará servicios de fresado para revestimientos no textiles y servicios de embolsado para algunas materias primas a FERRO, [...], durante un periodo máximo de [<5 años] ¹⁴.
- (46) Este acuerdo establece que el Negocio Adquirido utilizará el equipo específico en las instalaciones de ALMAZORA [...] y que el Negocio Adquirido no prestará servicios de fabricación sustancialmente similares a un competidor de FERRO ¹⁵.

III.7.2 ARRENDAMIENTO DEL COMPLEJO DE ALMAZORA

- (47) El Negocio Adquirido arrendará a FERRO, durante un periodo máximo de [≤ 5 años], ciertas secciones de la planta de ALMAZORA, que actualmente están siendo utilizadas por FERRO en relación con el negocio que conservará. De manera que durante este periodo ciertas secciones de la planta serán utilizadas exclusivamente por FERRO o la Parte Notificante, mientras que otras áreas serán compartidas.

III.8. VALORACIÓN

- (48) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su*

¹² El Negocio Adquirido no está obligado a comprar ningún volumen específico, es libre de producir o comprar estos productos a terceros y puede rescindir el acuerdo en cualquier momento, previa notificación por escrito con al menos [...] de antelación. FERRO [...].

¹³ Esta disposición está relacionada con la división de activos de ALMAZORA y, en concreto, con el hecho de que ambas Partes dependerán de ciertas operaciones comunes (como es el embolsado de fritas), hasta que FERRO traslade las operaciones que mantiene a otro lugar. De manera que FERRO no podrá utilizar las instalaciones de ALMAZORA para prestar esos servicios a competidores del Negocio Adquirido.

¹⁴ FERRO no está obligada a comprar ningún volumen específico, es libre de producir o comprar estos productos a terceros y puede rescindir el acuerdo en cualquier momento, previa notificación por escrito con al menos [...] de antelación. El Negocio Adquirido [...].

¹⁵ Esta disposición está relacionada con la división de activos de ALMAZORA y, en concreto, con el hecho de que ambas Partes dependerán de cierto equipamiento común antes de que FERRO traslade sus operaciones a otro lugar. De manera que para que no se desgaste excesivamente el equipamiento de la planta de ALMAZORA, el Negocio Adquirido sólo suministrará dichos servicios a FERRO y no a sus competidores.

realización". La Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) considera que, "para obtener el valor íntegro de los activos transferidos, el comprador debe gozar de algún tipo de protección frente a la competencia del vendedor que le permita fidelizar la clientela y asimilar y explotar los conocimientos técnicos". En particular, la citada Comunicación señala que "las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas por un periodo máximo de tres años cuando la cesión incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos, mientras que cuando solo incluye el fondo de comercio estaría justificada por un periodo de dos años."

- (49) Por otro lado, la citada Comunicación establece que las cláusulas inhibitorias de la competencia han de limitarse a los productos y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa traspasada, y el ámbito geográfico de aplicación a la zona en la que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes del traspaso.
- (50) Asimismo, la Comunicación establece que *"las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a adquirir o tener acciones en una empresa que compita con la empresa cedida se considerarán directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en las mismas condiciones que las cláusulas inhibitorias de la competencia, salvo que impidan que el vendedor adquiera o tenga acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora"*.
- (51) En cuanto a las cláusulas de no captación y de confidencialidad, la Comunicación establece que éstas se evalúan de forma similar a las de no competencia.
- (52) Por lo que respecta a las obligaciones de compra y suministro, la Comunicación señala que para hacer un traspaso de activos en condiciones razonables para el comprador, con frecuencia se han de mantener entre el vendedor y el comprador, durante un periodo transitorio de cinco años como máximo, los vínculos existentes, imponiéndose así obligaciones de suministro al vendedor o al comprador que permitan garantizar la continuidad de la actividad de ambos el tiempo necesario para sustituir la relación de dependencia por una situación de autonomía en el mercado. Es por ello que las obligaciones de compra y suministro pueden considerarse directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin.
- (53) Sin embargo, las obligaciones relativas al suministro de cantidades ilimitadas, que establezcan la exclusividad o exijan el consentimiento previo por escrito del Negocio Adquirido para suministrar a competidores se considera que no son necesarias para la realización de la concentración.
- (54) Según la Comunicación los acuerdos de servicio y distribución pueden tener un efecto equivalente a los de suministro; en consecuencia, se aplicarán las mismas consideraciones.
- (55) Por último, en relación a las licencias, la Comunicación establece que las licencias de patentes, de derechos similares y de conocimientos técnicos son

necesarias para la realización de la concentración, independientemente de que sean exclusivas o no y de que estén o no limitadas en el tiempo. Estas licencias pueden ser simples o exclusivas y pueden limitarse a determinados sectores de aplicación, siempre que correspondan a las actividades de la empresa traspasada.

- (56) A la vista de lo anterior, y teniendo en cuenta lo establecido en la citada Comunicación y en precedentes anteriores, se considera que, en lo referido al contenido de la cláusula de no competencia del ASPA, toda limitación a la adquisición o tenencia de acciones en una empresa competidora para fines exclusivamente de inversión financiera con independencia del porcentaje accionarial que representen, que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o influencia sustancial en la misma, no tendrá la consideración de accesorio ni necesario para la operación, quedando por tanto sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (57) En lo referido al contenido de las cláusulas de no captación y de confidencialidad recogidas en el apartado 5.12 del ASPA, se considera que las mismas no van más allá de lo dispuesto en la Comunicación, considerándose por tanto necesarias y accesorias para la consecución de la operación.
- (58) Por lo que respecta a la duración de las cláusulas de no competencia, no captación y de confidencialidad, habida cuenta de que la adquirente está presente en los mercados del negocio adquirido, se considera que, todo lo que exceda los dos años establecidos en la citada Comunicación, no tendrá la consideración de accesorio ni necesario para la operación, quedando por tanto sujeto a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (59) En cuanto a las obligaciones de suministro anteriormente descritas, se considera que, si bien su duración no va más allá de los cinco años dispuestos en la Comunicación, su contenido, en la medida en que las mismas establezcan una obligación de exclusividad en el suministro de dichos productos o confieran la condición de comprador o proveedor preferente, no son necesarias para la realización de la concentración, quedando por tanto sujetos a la normativa de acuerdos entre empresas.
- (60) Por lo que respecta a los acuerdos de servicios transitorios, los acuerdos de licencia y el acuerdo de arrendamiento del complejo de ALMAZORA, se considera que no van más allá de lo razonable para la realización de la presente operación, considerándose por tanto accesorios a la misma.
- (61) No obstante, en lo referente al acuerdo para la prestación por parte del Negocio Adquirido de determinados servicios de fabricación de revestimientos de esmalte de porcelana y de servicios de fresado para revestimientos no textiles y servicios de embolsado para algunas materias primas a FERRO, se considera que si bien su duración no va más allá de lo razonable para la realización de la presente operación, su contenido en la medida en que supone una relación de exclusividad en la prestación de dichos servicios a FERRO, va más allá de lo establecido en la citada Comunicación, no considerándose ni necesario ni accesorio a la presente operación de concentración.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. PIGMENTS SPAIN, S.L. (“PIGMENTS”)

- (62) PIGMENTS es la sociedad matriz que controla el GRUPO ESMALGLASS-ITACA-FRITTA (“EIF”), formado por varias empresas del sector de revestimientos cerámicos. PIGMENTS, a través de EIF, se dedica a la producción de todas las familias de productos dentro del sector de revestimientos cerámicos (fritas¹⁶ y esmaltes, colores de masa, colores de esmalte, tintas y otros productos intermedios). Estos productos son vendidos a fabricantes de baldosas cerámicas de todo el mundo, estando EIF presente en 15 países y operando a nivel global a través de [...] plantas de producción propias ubicadas en España, Vietnam y Brasil, así como [...] centros de mezclado y [...] almacenes en todo el mundo.
- (63) El único accionista de PIGMENTS es LSFx FLAVUM BIDCO S.A.U., una sociedad española controlada en exclusiva, como filial indirecta, por el private equity LONE STAR FUNDS (“en adelante, LONE STAR”)¹⁷. LONE STAR no tienen participaciones de control ni minoritarias en ninguna empresa, más allá de PIGMENTS y sus filiales, activa en los mercados afectados por la operación o verticalmente relacionados.
- (64) Según la Notificante, el volumen de negocios de la Notificante, incluyendo el volumen de negocios de todas las entidades controladas directa o indirectamente por la matriz de la Notificante para el año 2018, conforme al artículo 5 del RD 261/2008, fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE PIGMENTS 2018 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>5.000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación.

IV.2. FERRO CORPORATION (“FERRO”)

- (65) El negocio objeto de adquisición (“en adelante, Negocio Adquirido”) consiste en varias empresas, así como varios activos relacionados, que forman parte de la división de revestimientos de FERRO, sociedad cotizada en la Bolsa de Nueva York. En relación con España, la Operación supone la adquisición, directa o indirecta, de las acciones de las siguientes empresas propiedad de FERRO CORPORATION, FERRO SPAIN, ENDEKA CERAMICS, ZIRCOSIL, QUIMICER y ciertos activos propiedad de GARDENIA-QUÍMICA, S.A.(GARDENIA)¹⁸.
- (66) El Negocio Adquirido consiste en determinados activos, pasivos y varias sociedades dedicadas a la producción de revestimientos de baldosas cerámicas. Al igual que la Adquiriente, se dedica a la producción de todas las familias de productos dentro del sector de revestimientos cerámicos (fritas y esmaltes, colores de esmalte, tintas y otros productos intermedios) salvo colores de masa, que no se contemplan en la presente Operación. Estos productos son vendidos

¹⁶ Composición de arena y sosa para fabricar vidrio.

¹⁷ La CNMC aprobó en septiembre de 2017 la adquisición del control exclusivo de PIGMENTS por parte de LSFx FLAVUM BIDCO, S.L. en el expediente C/0882/17.

¹⁸ Gardenia-Química, S.A. es una empresa propiedad de FERRO.

a fabricantes de baldosas de cerámicas de todo el mundo y conforman parte de la división de revestimientos de FERRO.

- (67) Según la Notificante, el volumen de negocios del Negocio Adquirido para el año 2018, conforme al artículo 5 del RD 261/2008, fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SONATRACH 2018 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[>60]

Fuente: Notificación.

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. MERCADOS DE PRODUCTO

- (68) El sector económico afectado por la operación es el de la fabricación de pinturas, barnices y revestimientos similares; tintas de imprenta y masillas (Código NACE C.20.30) y, en concreto, el **sector de revestimientos cerámicos** que incluye la producción y comercialización de fritas y esmaltes, colores de masa, colores de esmalte y tintas. El Negocio Adquirido se dedica únicamente al desarrollo, producción y comercialización de revestimientos acabados y de ingredientes para baldosas de cerámica que se utilizan en el sector de la construcción, pero no para otros tipos de productos como, vajillas de porcelana y otros productos. Es por ello que se definen los mercados de producto con respecto a los productos utilizados en la producción de cerámica para el sector de la construcción.
- (69) Son pocos los precedentes nacionales¹⁹ que tratan el mercado de revestimientos cerámicos, los cuales han considerado la existencia de tres mercados dentro del mismo, sin llegar a cerrar la definición de mercado: (i) productos auxiliares (que incluyen las fritas y esmaltes); (ii) colores de calidad inferior (que incluyen los colores de masa); y (iii) colores de alta calidad (que incluyen colores de esmalte y tintas, tanto tradicionales como digitales).
- (70) En este caso, mientras que la Notificante está presente en los mercados de fritas y esmaltes, colores de masa, colores de esmalte y tintas, el Negocio Adquirido no opera en el mercado de colores de masa, quedando fuera del alcance de la presente Operación. Por otra parte, en relación al mercado de las tintas, las Partes solo producen tintas digitales y no tintas “*tradicionales*”²⁰, de manera que los productos afectados por la Operación son (i) las fritas y esmaltes; (ii) los colores de esmalte; y (iii) las tintas digitales.
- (71) Las Partes comparten dicha segmentación, pero alegan que el mercado de colores de alta calidad debería subsegmentarse aún más, considerando los colores de esmalte y las tintas digitales como mercados de producto separados.

¹⁹ C/0882/17 LSFV FLAVUM BIDCO S.L./PIGMENTS; C/0449/12 IVC/ESMALGLASS y C/0197/09 FERRO/HERAUS.

²⁰ Si bien es cierto que la Notificante produce cantidades pequeñas de tintas “tradicionales”, estas son para sectores no relacionados con los revestimientos cerámicos del sector de la construcción, que no son objeto de la presente Operación. En concreto, EIF realiza un pequeño volumen de ventas de (i) tintas textiles (es decir, tintas a base de agua con pigmentos orgánicos para aplicar en diversos tipos de tejidos); y (ii) tintas para materiales de construcción (es decir, tintas a base de aceite, con pigmentos inorgánicos que proporcionan resistencia a los rayos ultravioleta y durabilidad, aplicadas en hormigón, fibrocemento, yeso y similares).

Defienden que la definición de un mercado único de colores de alta calidad es menos apropiada que en el pasado, debido a la adopción generalizada en los últimos años de las tintas digitales y las tecnologías de inyección de tinta por los fabricantes de baldosas.

- (72) En este sentido, en la investigación de mercado llevada a cabo por esta Dirección de Competencia, prácticamente la totalidad de los operadores requeridos²¹ han confirmado que los colores de esmalte y las tintas digitales constituyen mercados de producto separados entre sí y, a su vez, mercados de producto separados del de fritas y esmaltes, al tratarse de productos no sustituibles entre sí tanto desde el punto de vista de la oferta como desde el punto de vista de la demanda. Desde el punto de vista de la oferta, las fritas y esmaltes, los colores de esmalte y tintas digitales tienen procesos productivos distintos y los equipos productivos no son fácilmente adaptables para fabricar los distintos tipos de productos. Desde el punto de vista de la demanda, las fritas y esmaltes, colores de esmalte y tintas digitales tienen usos diferenciados, no siendo sustituibles entre sí.
- (73) A la vista de lo anterior, a los efectos de la presente operación, se consideran como mercados de producto relevantes los mercados de (i) fritas y esmaltes; (ii) colores de esmalte; y (iii) tintas digitales²².

V.1.1. Fritas y esmaltes

- (74) La CNMC ha considerado en precedentes²³ que las fritas y los esmaltes constituyen un mismo mercado. Las fritas son una mezcla de compuestos inorgánicos que se funden en un horno y se enfrían en agua y posteriormente se mezclan con otros materiales (principalmente sílice y aluminio) para formar esmaltes (es decir, son un input en la producción de esmaltes).
- (75) Los esmaltes están compuestos principalmente por una mezcla de fritas y se utilizan para proteger las baldosas de cerámica. A pesar de que existe una línea amplia y heterogénea de esmaltes (pudiendo ser incoloros u opacos o teñidos con un pigmento para colorear la superficie de la baldosa), todos ellos se han considerado en precedentes como un único mercado de producto relevante, dada la significativa sustituibilidad tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta²⁴. La Notificante señala que un gran número de productores de fritas

²¹ Únicamente un competidor ha considerado que las tintas digitales y los colores de esmalte pueden ser productos sustituibles entre sí alegando que, desde el punto de vista de la demanda, las tintas digitales han sustituido a los colores de esmalte. No obstante, también ve factible una segmentación de mercado que considere los tres productos como mercados de productos diferenciados, debido a que los clientes pueden tener necesidades específicas y, además, también explica que las tintas digitales requieren una maquinaria y un know-how específicos, distintos a los de los colores de esmalte.

²² Respecto al porcentaje que suponen las ventas de cada uno de estos productos para la Partes sobre el total de su facturación en España, en 2019:

- Para PIGMENTS (i) las fritas y los esmaltes suponen un [70-80%] sobre el total de facturación; (ii) los colores de esmalte suponen un [0-10%] sobre el total de facturación; y (iii) las tintas digitales suponen un [10-20%] sobre el total de facturación.
- Para el Negocio Adquirido (i) las fritas y los esmaltes suponen un [60-70%] sobre el total de facturación; (ii) los colores de esmalte suponen un [10-20%] sobre el total de facturación; y (iii) las tintas digitales suponen un [10-20%] sobre el total de facturación.

²³ C/0197/09 FERRO/HERAUS.

²⁴ Según la Notificante, no existen niveles de precios distintivos ni otras características que puedan proporcionar una base significativa para agruparlos en categorías diferenciadas y, además, los productores de esmaltes utilizan el mismo equipamiento y tecnología para producir los distintos tipos de esmaltes.

y esmaltes en España, y en todo el EEE en general, están integrados verticalmente, produciendo fritas que emplean en su propia producción de esmaltes. Sólo una cantidad muy pequeña de fritas se dedica a la venta, principalmente a fabricantes de baldosas cerámicas que desean hacer esmaltes por sí mismos, pero la gran mayoría de fritas las utilizan los propios productores para su producción de esmaltes. En este sentido, las Partes también destinan su producción de fritas al autoconsumo, para su producción de esmaltes, y únicamente la Notificante vende una cantidad residual de su producción de fritas a terceros²⁵.

V.1.2. Colores de esmalte

- (76) Los colores de esmalte son pigmentos inorgánicos que se utilizan como ingredientes en la producción de (i) esmaltes de color (utilizados para revestir baldosas) y (ii) tintas, tanto “*tradicionales*” como digitales (utilizadas para decorar la superficie de baldosas ya esmaltadas).
- (77) Todos los colores de esmalte se utilizan fundamentalmente con el propósito de colorear diversos soportes que luego se depositan en las superficies de baldosas cerámicas para obtener un efecto estético. Para obtener un color determinado se pueden mezclar diferentes ingredientes, aunque todos los colores de esmalte tienen la misma base química y características de funcionamiento, por lo que no se considera apropiada una mayor segmentación según el color específico.
- (78) No deben confundirse los colores de esmalte con los colores de masa. Mientras que los colores de esmalte son pigmentos que se mezclan con el revestimiento de una baldosa, los colores de masa son pigmentos que se mezclan directamente con la arcilla de la que están formadas las baldosas. Ambos tienen una composición química diferente y no son sustituibles ni por el lado de la demanda ni por el lado de la oferta, por lo que se consideran como mercados de producto diferentes. No obstante, mientras que EIF si está presente en la actividad de producción de colores de masa, el Negocio Adquirido no lo está, por lo que no se considera como mercado afectado en por la presente Operación.
- (79) Los precedentes nacionales²⁶ consideraban los colores de esmalte y las tintas como parte de un mismo mercado denominado “*colores de alta calidad*”. Las partes no niegan dicha segmentación, pero defienden que los avances tecnológicos han dado lugar a que se deban considerar como mercados de producto separados. Esto se debe al desarrollo de las tintas digitales que, a diferencia de las tintas tradicionales, utilizan una tecnología más avanzada basada en impresoras de inyección de tinta.
- (80) Desde el punto de vista de la demanda, el hecho de que los colores de esmalte y las tintas “*tradicionales*” se considerasen como un mismo mercado, se debía a que las tintas “*tradicionales*” se obtenían mezclando colores de esmalte con una serie de aditivos, de manera que los fabricantes de baldosas compraban los colores de esmalte y los mezclaban con sus propios aditivos para obtener las

²⁵ La venta de fritas, en 2019, por parte de EIF a otros productores de esmaltes fue de [...], lo que representó sólo el [0-10%] de sus ventas totales de fritas de ese año.

²⁶ C/0882/17 LSFx FLAVUM BIDCO S.L./PIGMENTS ; C/0449/12 IVC/ESMALGLASS y C/0197/09 FERRO/HERAUS

tintas “*tradicionales*”, algo que, sin embargo, no pueden hacer los fabricantes de baldosas para obtener tintas digitales, como se verá a continuación.

V.1.3. Tintas digitales

- (81) Las tintas digitales se emplean para decorar la superficie de baldosas ya esmaltadas a través de impresoras de inyección de tinta. Las tintas digitales se obtienen a partir de los colores de esmalte, que se muelen hasta un tamaño sub-micrónico para poder introducir las partículas resultantes en dichas impresoras de inyección. Este proceso de producción requiere de un equipamiento y unos conocimientos técnicos específicos, de los que no disponen los productores de baldosas.
- (82) Para poder utilizar las tintas digitales, los fabricantes de baldosas deben invertir en nuevos equipos de producción, en concreto en impresoras de inyección de tinta especializadas. Es por ello que, una vez realizada esta inversión, y dadas las numerosas ventajas estéticas y de coste que presenta la impresión digital, es poco probable que éstos vuelvan a considerar la utilización de colores de esmalte y tintas tradicionales, aunque se produzca un aumento en el precio de las tintas digitales.
- (83) Por otro lado, las tintas digitales están desplazando rápidamente a los colores de esmalte y a las tintas “*tradicionales*” por sus ventajas tanto estéticas como de costes. La impresión por inyección permite lograr efectos visuales mucho más detallados que los patrones relativamente sencillos que se producen con los colores de esmalte. Además, respecto a las tintas tradicionales, las tintas digitales contienen activos que mejoran el brillo, el mate y el lustre de la tinta para crear reproducciones más realistas (como por ejemplo de mármol u otros materiales naturales).

V.2. MERCADO GEOGRÁFICO

- (84) En precedentes²⁷ la CNMC ha considerado que el ámbito geográfico relevante de las fritas y esmaltes, podría ser superior al nacional, abarcando todo el Espacio Económico Europeo (“EEE”), dejando la definición exacta del mercado abierta. Respecto los mercados de colores de esmalte y tintas digitales, en el precedente *C/0197/09 FERRO/HERAUS*, la CNMC consideró que el ámbito geográfico relevante era el nacional²⁸.
- (85) Las Partes defienden que el ámbito geográfico de las fritas y esmaltes debería ser superior al nacional, abarcando todo el EEE, pues ambas suministran dichos productos a clientes fuera del territorio nacional²⁹. En lo que respecta a los mercados de colores de esmalte y tintas digitales, las Partes consideran que el alcance geográfico debería ser por lo menos todo el EEE y tal vez incluso mundial, pues defienden que son mercados con una importante vocación

²⁷ C/0882/17 LSFx FLAVUM BIDCO S.L./PIGMENTS; C/0449/12 IVC/ESMALGLASS y C/0197/09 FERRO/HERAUS.

²⁸ La CNMC basó su decisión en casos comunitarios (M.4479 AKZO NOBEL/ICI) con productos análogos (pinturas para uso decorativo), en los que la Comisión consideró como nacional el mercado geográfico puesto que las distintas marcas de pinturas para uso decorativo se perciben de manera distinta en un país con respecto a otro.

²⁹ EIF suministra [...] y el Negocio Adquirido a clientes de [...].

exportadora, en los que los costes de transporte son reducidos³⁰, y tanto EIF como el Negocio Adquirido exportan estos productos desde sus instalaciones en España a clientes de todo el mundo³¹.

- (86) Sin embargo, las respuestas de clientes y competidores a la investigación de mercado realizada señalan ciertas particularidades del sector de revestimientos cerámicos en España. Estas particularidades se deben fundamentalmente a la importancia y configuración de la demanda, constituida por empresas cerámicas que conforman un clúster de larga tradición en la provincia de Castellón, que ha dado lugar a la localización a su alrededor de las industrias auxiliares, entre otras la analizada en la presente operación. En efecto, se observa que todos los proveedores de los clientes requeridos en el test de mercado se encuentran ubicados en Castellón en un radio inferior a los 100km, siendo la presencia local de los proveedores de fritas y esmaltes, colores de esmalte y tintas digitales, un factor considerado esencial por los clientes a la hora de competir, según ha confirmado el test de mercado realizado³². En este sentido, los clientes requeridos señalan que la presencia local de sus proveedores se ha convertido en un factor competitivo importante en el sector cerámico que permite, entre otros, un aprovisionamiento “*just-in-time*”, una reducción de los niveles de stock, una reducción de costes logísticos y una asistencia técnica inmediata y personalizada³³. Por su parte, todos los competidores requeridos en la investigación de mercado confirman la importancia del factor logístico en estos mercados y que la presencia local es imprescindible a la hora de competir³⁴.
- (87) En este sentido, se observa una dualidad en el comportamiento de los flujos comerciales de estos productos en España. Se trata de mercados en los que, a pesar de que los productores nacionales exportan gran parte de su producción³⁵, los clientes nacionales no contemplan las importaciones de estos productos desde fuera de España.
- (88) A la vista de todo lo anterior, se considera que, dadas las particularidades del mercado español de revestimientos cerámicos, los mercados geográficos de (i) fritas y esmaltes; (ii) colores de esmalte; y (iii) de tintas digitales son de carácter nacional.

³⁰ A diferencia de las fritas y esmaltes, los colores de esmalte pesan relativamente poco y son de bajo volumen, por lo que los costes de transporte son reducidos.

³¹ Según los datos aportados por la Notificante, en 2019 el [80-90%] de las ventas de colores de esmalte de EIF se exportaron a países fuera de España, mientras que el Negocio Adquirido exportó, en 2019, el [30-40%] de los colores de esmalte que produjo en España.

³² De los trece (13) clientes requeridos, todos se han manifestado en este sentido. Todos ellos se suministran de proveedores nacionales y descartan la importación de estos productos.

³³ Según uno de los clientes: “*la mayoría de productos son desarrollados y diseñados especialmente de acuerdo a nuestros productos y formas de producir y muchos de estos productos necesitan de premuestras para validar las producciones antes de su entrega. Esto obliga a mantener un contacto estrecho entre los distintos laboratorios, así como a mantener plazos de entrega muy cortos.*”

³⁴ Varios señalan también que los costes de transporte juegan un papel importante, especialmente en el caso de las fritas y esmaltes, puesto que al tratarse de productos commodities, con precios bajos, el coste de transporte puede llegar a ser determinante.

³⁵ Según los datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos (“ANFFECC”)³⁵ más del 70% de la producción nacional se exporta fuera de España.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA

- (89) El sector de los revestimientos cerámicos incluye cuatro categorías de productos (i) fritas y esmaltes; (ii) colores de masa; (iii) colores de esmalte; y (iv) tintas digitales.
- (90) En términos generales, se espera que el sector de los revestimientos cerámicos siga una tendencia creciente de crecimiento, creciendo a una tasa anual aproximada del [0-10%] (excluyendo a China) hasta 2024³⁶, impulsado por el sector de la construcción y las preferencias de los consumidores. No obstante, los distintos mercados de producto afectados por la operación, dentro del sector de los revestimientos cerámicos, se encuentran en **fases dispares de crecimiento**: (i) el mercado de fritas y esmaltes es un mercado maduro, cuya demanda deriva principalmente de la demanda de baldosas cerámicas y está estrechamente vinculada a la demanda global de la construcción.; (ii) el mercado de colores de esmalte es un mercado en declive, al estar sufriendo progresivas sustituciones por las tintas digitales debido a sus ventajas estéticas y de coste; y (iii) el mercado de tintas digitales es un mercado en expansión, con tasas de crecimiento superiores a las de los mercados anteriores³⁷.
- (91) Respecto a los **operadores del sector** de los revestimientos cerámicos, éstos se pueden clasificar en cuatro categorías principales³⁸: (i) cuatro operadores internacionales de gran tamaño, presentes en los tres mercados de producto citados, que producen toda la gama de productos (PIGMENTS, FERRO, TORRECID y COLOROBIA); (ii) varios operadores internacionales de tamaño medio, presentes en los tres mercados de producto citados, que venden productos de tipo “premium” o de mayor valor añadido (SICER, VIDRES, SMALTICERAM, entre otros); (iii) varios operadores internacionales de tamaño medio, presentes en los tres mercados de producto citados, que venden productos de tipo “low-cost” (KERAFRIT, CEFRIT, COLOR-ESMALT, VERNÍS, COLORONDA, entre otros); y, finalmente, (iv) otros fabricantes más pequeños especializados en ciertos mercados y/o segmentos de los mismos.
- (92) Se trata de un sector en el que existe **excedente de capacidad instalada** en todos los mercados de producto mencionados. Según la Notificante, la capacidad de producción estimada, en 2019, en España, en los mercados de fritas y esmaltes, colores de esmalte y tintas digitales, fue de [...] toneladas, [...] toneladas y [...] toneladas, respectivamente³⁹, siendo la tasa de utilización de

³⁶ Datos extraídos de la información estratégica de la operación (aportada por la Notificante como Anexo 1.b. *Proyecto Rocher - Adquisición del Negocio de Baldosas de Ferro*, diapositiva 6.)

³⁷ Según *Proyecto Rocher - Adquisición del Negocio de Baldosas de Ferro*, diapositiva 7, se espera un crecimiento anual hasta 2024 del [0-10%], en el caso del mercado de fritas y esmaltes, del [0-10%], en el caso de colores de esmalte, y del [0-10%], en el caso de las tintas digitales.

³⁸ Las Partes, en el *Proyecto Rocher - Adquisición del Negocio de Baldosas de Ferro*, diapositiva 8, consideran una categoría adicional a las ya mencionadas: (v) fabricantes locales chinos sin presencia en el mercado español.

³⁹ La capacidad instalada de las Partes sería, en el caso de PIGMENTS (i) en el mercado de fritas y esmaltes, de [...] toneladas; (ii) en el mercado de colores de esmalte, de [...] toneladas; y (iii) en el mercado de tintas digitales de [...] toneladas; y en el caso de FERRO (i) en el mercado de fritas y esmaltes, de [...] toneladas; (ii) en el mercado de colores de esmalte, de [...] toneladas; y (iii) en el mercado de tintas digitales de 6.000 toneladas. En este sentido, las fábricas de la entidad resultante supondrían un [30-40%], [30-40%] y [30-40%] de la capacidad instalada en los respectivos mercados.

dicha capacidad del [70-80%], [60-70%] y [70-80%], respectivamente. En relación a las Partes, [...] en los mercados de producto mencionados. Todos los competidores requeridos, en sus respuestas a la investigación de mercado confirman la existencia de capacidad de producción disponible en el mercado. En concreto, seis (6) de nueve (9) competidores están utilizando en torno al 70-80% de su capacidad disponible y tres (3) de nueve (9) competidores están utilizando incluso una tasa inferior de su capacidad disponible. Por otro lado, según la Notificante, los proveedores de revestimientos cerámicos pueden ampliar fácilmente su capacidad de producción y recuperar los costes invertidos en un corto periodo de tiempo⁴⁰.

- (93) El principal factor que determina la **estructura de costes** de los proveedores de revestimientos cerámicos, según la Notificante y confirmado por dos (2) competidores en conversaciones informales, es el coste de las materias primas⁴¹. Las principales materias primas empleadas en esta industria son productos básicos industriales (como el zinc o el cobalto). Se trata de mercados muy competitivos, con una oferta globalizada, a los que se puede acceder fácilmente y cuyos precios cotizan en mercados internacionales y son ampliamente conocidos y comunes a la mayoría de los productores. Según seis (6) de los nueve (9) competidores requeridos, el precio de venta de estos productos se ha mantenido relativamente estable en los últimos años, y las variaciones que haya podido experimentar han venido determinadas por variaciones en los precios de las materias primas. Por otro lado, tres (3) de nueve (9) señalan haber detectado cierta tendencia a la baja en los precios de estos productos, especialmente en el mercado de tintas digitales⁴², debido a una mayor competencia en precios en los últimos años.
- (94) En cuanto al **grado de concentración** del sector y las alternativas existentes, según la Notificante, los mercados de fritas y esmaltes, colores de esmalte y tintas digitales se caracterizan por una intensa competencia, donde muchos de los productores son pequeñas empresas de propiedad privada pero que ejercen una importante presión competitiva. Sin embargo, en la investigación de mercado realizada por la Dirección de Competencia, tanto clientes como competidores de las Partes han manifestado que se ha producido una notable concentración durante los últimos años en el sector de los revestimientos cerámicos en general.
- (95) A continuación, se muestran las cuotas de mercado de las Partes y sus principales competidores, para los años 2017, 2018 y 2019, en los citados mercados a nivel nacional.

⁴⁰ Según la Notificante, en el caso de las fritas y esmaltes, un proveedor podría aumentar la capacidad instalando un nuevo horno, con un coste aproximado de 600.000 euros, lo cual aumentaría su capacidad en unas 600 toneladas/mes y, si se utilizara en su totalidad, le permitiría lograr ventas adicionales de aproximadamente 2.000.000 de euros, recuperando su coste de expansión en el plazo de un año y medio. En el caso de las tintas digitales, un proveedor podría aumentar la capacidad mediante la adquisición de molinos adicionales, que suelen comprarse por pares, costando el par entre 500.000 y 600.000 euros. Los dos molinos aumentarían la capacidad del proveedor en unas 40 toneladas/mes y, si se utilizan en su totalidad, permitirían al proveedor lograr ventas adicionales de aproximadamente 3.000.000 de euros y recuperar su coste de expansión en el plazo de un año.

⁴¹ En 2019, el coste de las materias primas representó el [60-70%] del coste de producción de fritas y esmaltes, el [80-90%] del coste de producción de colores de esmalte y el [60-70%] del coste de producción de tintas digitales.

⁴² En el caso de las tintas digitales, los precios de venta han estado menos ligados a los precios de las materias primas al tratarse de un producto innovador. En efecto, éstos han seguido una clara tendencia a la baja a medida que aumentaba la oferta de tintas digitales y éstas perdían su carácter de producto innovador.

Cuotas en el mercado de fritas y esmaltes en España						
Empresa	2017		2018		2019	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
EIF	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]	[20-30%]
Negocio Adquirido	[0-10%]	[0-10%]	[20-30%]	[20-30%]	[10-20%]	[10-20%]
Cuota Conjunta	[30-40%]	[30-40%]	[40-50%]	[40-50%]	[40-50%]	[40-50%]
COLOROBBIA	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%
TORRECID	10-20%	10-20%	10-20%	10-20%	10-20%	10-20%
VIDRES	5-15%	5-15%	5-15%	5-15%	5-15%	5-15%
VERNÍS	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%
CEFRIT	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%

Fuente: elaboración propia en base a los datos aportados por la Notificante.

Cuotas de mercado en el mercado de esmaltes de color en España						
Empresa	2017		2018		2019	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
EIF	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]	[0-10%]
Negocio Adquirido	[0-10%]	[0-10%]	[10-20%]	[10-20%]	[0-10%]	[0-10%]
Cuota Conjunta	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
TORRECID	20-30%	20-30%	20-30%	20-30%	20-30%	20-30%
MEGACOLOR	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%
COLOROBBIA	10-20%	10-20%	10-20%	10-20%	10-20%	10-20%
COLORONDA	≤5	≤5	≤5	≤5	≤5	≤5
VERNÍS	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%

Fuente: elaboración propia en base a los datos aportados por la Notificante.

Cuotas de mercado en el mercado de tintas digitales en España						
Empresa	2017		2018		2019	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
EIF	[20-30%]	[20-30%]	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]	[30-40%]
Negocio Adquirido	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]	[10-20%]
Cuota Conjunta	[30-40%]	[30-40%]	[40-50%]	[40-50%]	[40-50%]	[40-50%]
TORRECID	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%	15-25%
COLOROBBIA	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%
MEGACOLOR	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%
ZSCHIMMER&SCHWARZ	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%	≤10%
COLOR ESMALT	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%	≤5%

Fuente: elaboración propia en base a los datos aportados por la Notificante

- (96) Por lo que respecta al **grado de concentración** en los citados mercados, a nivel nacional, se observa cómo, mientras que en el mercado de colores de esmalte el grado de concentración no se verá prácticamente alterado tras la operación⁴³, el

⁴³ Según las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas «es improbable que la Comisión encuentre problemas de competencia horizontal en una concentración que dé lugar a un IHH de entre 1 000 y 2 000 y a un delta inferior a 250.»

grado de concentración en los mercados de fritas y esmaltes y tintas digitales aumentará notablemente, pasando el Índice de Herfindahl-Hirschman (en adelante, IHH), en ambos mercados, de situarse de media en los 1.800 puntos pre-operación a situarse de media en los 2.800 puntos post-operación, con un delta entre los 900 y 1.000 puntos⁴⁴.

Índice	Fritas y esmaltes	Colores de esmalte	Tintas digitales
IHH pre-operación	1764,21	1403,72	1879,72
IHH post-operación	2741,01	1469	2843,69
DELTA	976,8	65,28	963,97

Fuente: elaboración propia en base a las cuotas de mercado aportadas por la Notificante.

- (97) A efectos de transparencia, las Partes aportan también las cuotas de los tres mercados afectados a nivel EEE, en 2019, donde las Partes alcanzan una cuota conjunta, en valor, del [30-40%] (adición del [20-30%]) en fritas y esmaltes y del [40-50%] (adición del [10-20%]) en tintas digitales, posicionándose como líderes en ambos mercados seguidos de TORRECID (cuotas del 15-25% en ambos mercados) y COLOROBIA (cuota del 25-35% y <10%, respectivamente).
- (98) En el mercado de colores de esmalte a nivel EEE, las Partes alcanzan una cuota conjunta en valor del [10-20%] (adición del [10-20%]) en 2019 posicionándose en tercera posición, por detrás de TORRECID (cuota del 20-30%) y MEGACOLOR (cuota del 15-25%).

VI.2. ESTRUCTURA DE LA DEMANDA

- (99) La demanda de fritas y esmaltes, colores de esmalte y tintas digitales la realizan los **productores de baldosas cerámicas**⁴⁵. A la hora de elegir proveedor, los productores de baldosas cerámicas no solo valoran el precio, sino que dan cada vez más importancia a la calidad del producto y a los servicios postventa o la asistencia técnica ofrecida⁴⁶.
- (100) Según la Notificante, y confirmado por la investigación de mercado⁴⁷, los fabricantes de baldosas cerámicas compran estos productos a través de **negociaciones bilaterales**, sin que existan contratos específicos ni exclusivos que vinculen la compra de un determinado producto a un proveedor concreto. Las condiciones de los acuerdos de suministro se revisan periódicamente y los precios se negocian individualmente para cada tipo de producto individualmente,

⁴⁴ En concreto, el IHH pasa de situarse entre los 1.700 y 1.900 puntos pre-operación a los 2.700 y 2.900 puntos post-operación.

⁴⁵ Para los productores de baldosas cerámicas, las compras de estos productos suelen representar, aproximadamente, (i) en el caso de fritas y esmaltes, entorno a un 11% de los costes variables y entorno a un 9% de los costes totales; (ii) en el caso de colores de esmalte, menos del 1% tanto de los costes totales como variables; y (iii) en el caso de las tintas digitales, entorno al 2% de los costes variables y el 1% de los costes totales.

⁴⁶ Nueve (9) de nueve (9) competidores requeridos y seis (6) de los seis (6) clientes requeridos en la primera investigación de mercado realizada a clientes confirman este aspecto. Adicionalmente, para muchos de los clientes, la calidad del producto y la asistencia técnica es incluso más relevante que el precio del mismo.

⁴⁷ Efectivamente, nueve (9) de nueve (9) competidores y trece (13) de trece (13) clientes requeridos han confirmado que las compras de fritas y esmaltes, colores de esmalte y tintas digitales se realizan a través de contratos bilaterales.

por lo que, a priori, los grandes proveedores no pueden aprovechar sus carteras de productos para realizar ventas empaquetadas.

- (101) Según la Notificante, los fabricantes de baldosas suelen comprar estos productos a más de un proveedor para asegurarse que reciben suministros a precios competitivos, siendo la lealtad a una marca concreta muy reducida. Todos los clientes, en sus respuestas a la investigación de mercado, confirman que compran dichos productos a varios proveedores para asegurarse un suministro a precios competitivos⁴⁸. No obstante, al contrario que la Notificante, diez (10) de los trece (13) clientes requeridos han destacado que sí que existe cierta fidelidad a la marca y dos (2) de ellos han destacado que la fidelidad a la marca se da, sobre todo, en el caso de productos de mayor valor añadido.
- (102) Según la Notificante, los **costes asociados al cambio de proveedor** no son significativos y la intensa presión sobre los precios en estos mercados de producto favorece dicho cambio de proveedor⁴⁹. De los clientes requeridos, cinco (5) de trece (13) coinciden con la Notificante en que los costes asociados al cambio de proveedor no son muy significativos, mientras que los ocho (8) restantes sí dan mayor importancia a dichos costes⁵⁰. En concreto, los principales costes identificados por los clientes están relacionados con las pruebas que deben hacer los proveedores de sus formulaciones en las máquinas del cliente, el proceso de renegociación de los precios y, en ocasiones, con la necesidad por parte del cliente de tener que rediseñar sus productos para adaptarlos a los materiales del nuevo proveedor. Adicionalmente, todos los clientes requeridos en la segunda ronda de requerimientos han destacado en relación al coste asociado al cambio de proveedor que, aunque mayoritariamente lo asume el cliente, una parte es asumida por el proveedor.

VI.3. BARRERAS DE ENTRADA

- (103) La Notificante destaca que las barreras de entrada para la producción de estos productos son reducidas. Según la Notificante, no existen limitaciones relevantes al acceso de los factores de producción necesarios, al tratarse de materias primas que se pueden obtener fácilmente de numerosos proveedores. Tampoco son productos protegidos por patentes ni derechos de propiedad intelectual, por lo que los competidores pueden imitar diseños nuevos en un periodo de plazo corto. Asimismo, la Notificante señala que los conocimientos técnicos necesarios para la producción de estos productos son reducidos (algo superiores en el mercado de tintas digitales) y que la tecnología empleada está al alcance de cualquier proveedor que desee entrar en los mercados, no existiendo tampoco barreras regulatorias relevantes.
- (104) En lo que respecta a los conocimientos técnicos, uno de los competidores requeridos señaló específicamente que encontrar a personal cualificado, con los conocimientos técnicos necesarios para manejar una maquinaria especializada,

⁴⁸ Los principales clientes de las Partes son [...]. A modo ejemplificativo, [...] se suministra (i) fritas y esmaltes de [...] ii) colores de esmalte de [...] y (iii) tintas digitales de [...].

⁴⁹ Según la Notificante, [...], mientras que el Negocio Adquirido [...].

⁵⁰ La mayoría de los clientes consideran que estos costes asociados al cambio de proveedor son mayores en el caso de las tintas digitales y en el caso de productos de mayor valor añadido en general.

puede constituir una dificultad significativa para nuevos entrantes. No obstante, únicamente dos (2) de los nueve (9) competidores requeridos han señalado que las barreras de entrada existentes en dichos mercados son significativas, frente a los siete (7) competidores que han indicado lo contrario.

- (105) Respecto a la entrada reciente de nuevos competidores, en los últimos cinco años solo se ha registrado la entrada en el mercado español de tintas digitales de KERAFRIT. No obstante, algunos de los competidores⁵¹ han señalado que sí se observa mayor dinamismo en países emergentes con entradas de nuevos competidores en países como China, Egipto, India, Malasia o Turquía.

VI.4. I+D

- (106) La investigación de mercado realizada tanto a clientes como a competidores ha puesto en evidencia que la innovación es un factor clave en el sector de los revestimientos cerámicos, sobre todo en los mercados de tintas digitales, al ser un producto relativamente novedoso, pero también cada vez más en el mercado de fritas y esmaltes, apostando de manera creciente los competidores por la competencia vía innovación en lugar de vía precios.
- (107) En este sentido, prácticamente todos los clientes y competidores requeridos han indicado que la innovación es un elemento muy importante en este sector⁵², habiendo señalado nueve (9) de diez (10) clientes durante la investigación de mercado que actualmente existe una importante competencia entre proveedores en términos de innovación dentro del sector (dos de ellos han indicado que la competencia es mayor en los mercados de fritas y esmaltes y tintas digitales que en el mercado de colores de esmalte).
- (108) En cuanto a la posición de las Partes en términos de innovación, ambos grupos son agentes innovadores importantes⁵³, siendo su gasto anual total destinado a I+D el siguiente (en euros):

Gasto anual destinado a I+D (en euros)		
Año	EIF	Negocio Adquirido
2017	[...]	[....]
2018	[...]	[....]
2019	[...]	[....]

Fuente: elaboración propia en base a las cuotas de mercado aportadas por la Notificante.

- (109) De los clientes requeridos en la segunda investigación de mercado realizada a clientes, seis (6) de diez (10) consideran que existe una diferencia en términos de innovación entre las empresas del sector, siendo el esfuerzo innovador mayor en el caso de los grandes proveedores (PIGMENTS, FERRO, COLOROBIA, TORRECID) frente a los proveedores de tamaño medio o pequeño debido a los mayores recursos que destinan los primeros al I+D.

⁵¹ En concreto, cuatro (4) de nueve (9) competidores.

⁵² De todos los clientes y competidores requeridos, únicamente uno de los competidores indicó que la innovación no era un factor relevante en estos mercados.

⁵³ Es importante destacar que el perfil innovador varía dependiendo de la empresa en concreto dentro de cada grupo. Así pues, dentro del grupo [...].

- (110) En este sentido, en la documentación estratégica de la operación aportada por la Notificante se hace referencia a que una de las sinergias de la operación deriva de la reducción de las líneas de I+D solapadas entre las Partes. En concreto, la documentación estratégica de la operación destaca que se podría llegar a reducir hasta en un 75-100% el gasto actual de FERRO destinado a innovación⁵⁴.
- (111) A la luz de esta información, y dada la importancia de la innovación en el sector de revestimientos cerámicos y del esfuerzo innovador efectuado por las Partes con carácter previo a la operación, especialmente por parte del Negocio Adquirido, esta Dirección de Competencia considera que la presente operación podría dar lugar a riesgos relacionados con una reducción del esfuerzo innovador en el sector y de la entidad resultante, en particular, como resultado de la eliminación de las líneas de I+D de uno de los principales competidores en términos de innovación hasta la fecha, FERRO.

VI.5. EFICIENCIAS

- (112) La Notificante señala que la operación propuesta dará lugar a una serie de eficiencias de las que podrán beneficiarse los consumidores. En concreto, las principales eficiencias derivan de una reducción de los costes de las Partes y de una mejora en los productos y servicios ofrecidos a los clientes.
- (113) En cuanto a la reducción de costes, la Notificante señala que la operación permitirá una reducción del [...] de los costes totales de las Partes, derivados de un ahorro en (i) los costes de fabricación y logística, al centralizar la producción en las plantas más eficientes de cada una de las Partes y lograr una mayor eficiencia en la entrega de productos; (ii) los costes de las materias primas, gracias al mayor poder de negociación que adquirirá la entidad resultante; (iii) los costes de venta y comercialización, al poder eliminar los gastos duplicados de ventas y marketing; y (iv) los costes operativos (gastos generales y administrativos).
- (114) En cuanto a los productos y servicios ofrecidos, la Notificante señala que la operación permitirá que la entidad resultante ofrezca (i) mejores productos de revestimientos cerámicos, debido a la capacidad que tendrá la misma de desarrollar nuevos revestimientos a un coste más bajo (gracias a la eliminación de los gastos duplicados en I+D) y de manera más rápida; y (ii) mejores servicios, gracias a la mayor fuerza de sus ventas y a un personal de ventas más especializado.
- (115) La Notificante señala que todas las eficiencias descritas sólo pueden lograrse a través de la combinación de los respectivos negocios de las Partes y que la intensa competencia en precios, que caracteriza el sector de los revestimientos cerámicos, garantizará que gran parte de estos ahorros se transfieran a los fabricantes de baldosas cerámicas en forma de precios más bajos. Adicionalmente, dada la capacidad de los clientes de cambiar de proveedor ante variaciones en los precios y su interés por suministrarse de varios proveedores, la entidad resultante deberá ofrecer unos precios más bajos y competitivos con el fin de retener a los clientes.

⁵⁴ Documentación estratégica de la operación, aportada por la Notificante como Anexo 1.b. "Informe Proyecto Rocher".

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN SIN COMPROMISOS

- (116) La operación supone la adquisición, directa o indirecta, por parte de PIGMENTS, empresa matriz del GRUPO EIF, del control exclusivo de varios activos y pasivos y varias empresas propiedad de FERRO. En relación con España, la Operación supone la adquisición de las acciones de las empresas de FERRO SPAIN, ENDEKA, ENDEKA CERAMICS, ZIRCOSIL, QUIMICER y ciertos activos propiedad de GARDENIA, que forman parte de la división de revestimientos de FERRO.
- (117) El sector económico afectado es el de los revestimientos cerámicos y, en concreto, los mercados de fritas y esmaltes, colores de esmalte y tintas digitales. Dentro del sector de los revestimientos cerámicos, a nivel internacional, operan cuatro grandes empresas globales (PIGMENTS, FERRO, TORRECID y COLOROBBIA), junto con otras empresas de tamaño medio y pequeño con mayor especialización en ciertas gamas de producto o segmentos de calidad de los mismos. En este sentido, la operación da lugar a la fusión de dos de las cuatro grandes empresas internacionales del sector, con los consiguientes solapamientos horizontales en los mercados anteriormente citados.
- (118) En el **mercado de fritas y esmaltes** las Partes alcanzan en 2019 una cuota conjunta en valor del [40-50%] (adición del [10-20%]) en España, situándose como líderes en el mercado. Le siguen TORRECID, con una cuota en torno al [20-30%], y COLOROBBIA, con una cuota en torno al [10-20%], siendo el resto de competidores empresas de tamaño medio con cuotas de mercado inferiores al [0-10%] (MEGACOLOR, COLORONDA, VERNÍS, COLOR ESMALT, KERAFRIT, SMALTICERAM, entre otros).
- (119) En el **mercado de colores de esmalte**, las Partes alcanzan, en 2019, en España, una cuota de mercado en términos de valor del [10-20%] (adición del [0-10%]). En este mercado existen competidores con cuotas superiores a la de las Partes, TORRECID (con una cuota en torno al [30-40%]), MEGACOLOR (con una cuota entre el [10-20%]) y COLOROBBIA (con una cuota en torno al [20-30%]).
- (120) En el **mercado de tintas digitales**, las Partes alcanzan, en 2019, en España, una cuota de mercado en términos de valor del [40-50%] (adición del [10-20%]), posicionándose como líder del mercado nacional. Dentro de este mercado, el competidor más relevante es TORRECID (con una cuota de mercado en torno al [20-30%]), siendo la cuota del resto de competidores inferior o cercana al [0-10%] (COLOROBBIA, VIDRES, COLORONDA, entre otros).
- (121) La operación no parece plantear problemas relevantes en el **mercado de colores de esmalte**. Se trata de un mercado cuya demanda sigue una tendencia decreciente, dado que los colores de esmalte se están sustituyendo progresivamente por las tintas digitales, en el que las Partes no alcanzan cuotas de mercado relevantes y en el que existen competidores con cuotas superiores que ejercen una presión competitiva significativa. El grado de concentración en dicho mercado no es preocupante y, aunque el IHH pasa a situarse en los 1 469

puntos tras la operación, el cambio en el IHH (también denominado “delta”) producido por la fusión es de tan solo 65,28 puntos⁵⁵.

- (122) En cuanto a los **mercados de fritas y esmaltes y de tintas digitales**, las Partes pasan a adquirir cuotas de mercado en valor, en España, significativas, concretamente del [40-50%] y del [40-50%], respectivamente, aumentando notablemente el grado de concentración en ambos mercados, reflejado en un aumento del IHH (o delta) de entre 900 y 1 000 puntos en ambos mercados⁵⁶.
- (123) A pesar de lo anterior, existen varios factores compensatorios que reducen la probabilidad de riesgos a la competencia derivados de la elevada concentración de estos mercados:
- (124) En primer lugar, se observa que tras la operación seguirán existiendo un número suficiente de alternativas, tanto en el mercado de fritas y esmaltes como en el mercado de tintas digitales:
- Los dos principales competidores, TORRECID y COLOROBIA, con un tamaño similar al de las Partes antes de la operación, confirman que tienen la capacidad y el incentivo de competir con la entidad resultante tras la operación en todos los segmentos y mercados de productos considerados.
 - Por otro lado, existe un importante número de pequeñas y medianas empresas que compiten activamente con las grandes empresas, incluida la entidad resultante, en ciertas gamas y mercados de productos en los que se especializan. En este sentido, dado que los clientes tienden a diversificar proveedores, no hay contratos de suministro exclusivos ni ventas vinculadas⁵⁷, estas empresas de menor tamaño y más especializadas tienen la capacidad de competir activamente en estos mercados.
 - Adicionalmente, en relación a la facilidad de cambio de proveedor, si bien es cierto que no se observa que los clientes cambien frecuentemente de proveedor y que, al contrario de lo que indicaba la Notificante, la mayoría de los clientes destacan que los costes asociados al cambio de proveedor son significativos⁵⁸, todos los clientes confirman que una parte de dichos costes es asumida por los propios proveedores y consideran que los mismos no serían un impedimento para cambiar de proveedor en caso de que la entidad resultante aumentase precios.

⁵⁵ Según las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas “es improbable que la Comisión encuentre problemas de competencia horizontal en una concentración que dé lugar a un IHH de entre 1 000 y 2 000 y a un delta inferior a 250...”

⁵⁶ A nivel nacional el IHH pasaría de los 1764,21 puntos a los 2741,01 puntos en el mercado de fritas y esmaltes y de los 1704,72 puntos a los 2668,69 puntos en el mercado de tintas digitales. A nivel europeo, el IHH pasaría de los 2084,49 puntos a los 2754,24 puntos en el mercado de fritas y esmaltes y de los 1636,8 puntos a los 2466,24 puntos en el mercado de tintas digitales. Según las Directrices sobre la evaluación de las concentraciones horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, la Comisión podría encontrar problemas de competencia horizontal en una concentración que dé lugar a un IHH superior a los 2000 puntos y un delta superior a los 150 puntos. El delta en el mercado de fritas y esmaltes es de 976,8 puntos en España y de 669,7 puntos en Europa y en el mercado de tintas digitales de 963,97 puntos en España y de 829,44 puntos en Europa.

⁵⁷ Tanto competidores como clientes han confirmado la ausencia, en general, de ventas vinculadas de toda la gama de productos. Indican que los precios de los productos suelen negociarse de manera independiente en los contratos de suministro y que los servicios postventa se ofrecen de manera independiente para cada tipo de producto

⁵⁸ Seis (6) de diez (10) clientes requeridos en el segundo test de mercado.

- (125) En segundo lugar, se confirma que existe un exceso de capacidad instalada disponible en los citados mercados, de en torno al [30-40%], y que los proveedores, en caso de necesidad, podrían aumentar fácilmente su capacidad de producción sin que ello implique excesivos costes ni requiera demasiado tiempo, de manera que, ante cualquier aumento de la demanda, éstos serían capaces de atenderla en un periodo de tiempo razonable.
- (126) En tercer lugar, en relación al mercado de inputs, varios competidores han manifestado durante la investigación de mercado posibles riesgos asociados a un mayor poder de negociación que tendrá la entidad resultante tras la operación en el mercado aguas arriba de materias primas. No obstante, como se mencionaba anteriormente, se trata de materias primas que cotizan a nivel internacional y mercados con oferta globalizada, en los que el sector de los revestimientos cerámicos representa una pequeña parte de la misma. Por estos motivos, la entidad resultante no tendría la capacidad de restringir el acceso a materia primas por parte del resto de competidores en el mercado aguas arriba.
- (127) En cuarto lugar, no se han identificado barreras significativas a la entrada de nuevos competidores en los citados mercados.
- (128) Respecto a los posibles **efectos verticales** de la operación, las Partes señalan que EIF suministra residualmente fritas a terceros para la producción de esmaltes, si bien como se ha mencionado con anterioridad, el importe de fritas no dedicado a autoconsumo es insignificante⁵⁹, existiendo múltiples alternativas de suministro de fritas para los competidores de la entidad resultante. Por otra parte, las Partes suministran también colores de esmaltes para la producción de tintas digitales. En este sentido, según las Partes, los incentivos a cualquier subida de precios o efectos de cierre en el suministro de colores de esmalte a los productores rivales de tintas digitales, o de fritas para productores de esmaltes rivales, son nulos ya que sus clientes podrían recurrir a un número considerable de proveedores alternativos, tanto locales como de productores asiáticos⁶⁰. Por todo ello, las Partes señalan que tales estrategias simplemente darían lugar a una pérdida de ventas sin producir ninguna ventaja comercial.
- (129) Sin embargo, por lo que respecta a la innovación, la investigación de mercado ha confirmado la importancia de la innovación en estos mercados, constatándose la existencia de una diferencia en términos de innovación entre las empresas del sector, siendo el esfuerzo innovador mayor en el caso de los grandes proveedores (PIGMENTS, FERRO, COLOROBIA, TORRECID) frente a los proveedores de tamaño medio o pequeño debido a los mayores recursos que destinan al I+D. En este contexto, el hecho de que, dentro de las sinergias de la operación recogidas en la documentación estratégica recabada, se incluya la reducción hasta en un 75-100% del gasto actual de FERRO destinado a innovación⁶¹, ha dado lugar a que esta Dirección de Competencia considere que la presente operación podría dar lugar a riesgos relacionados con una reducción del esfuerzo innovador en el sector y de la entidad resultante, en particular,

⁵⁹ EIF facturó en 2019 únicamente [...] euros por la venta de fritas a otros productores de esmaltes en 2019.

⁶⁰ Como, por ejemplo, Megacolor ha hecho en España y SCF en Italia.

⁶¹ Documentación estratégica de la operación, aportada por la Notificante como Anexo 1.b. "Informe Proyecto Rocher".

reduciendo con ello la competencia en una variable competitiva relevante para estos mercados como es la innovación para mejoras de calidad, de procesos o de desarrollo de nuevos productos.

VIII. PROPUESTA DE COMPROMISOS

- (130) Con fecha 26 de noviembre de 2020, a la vista de los riesgos detectados por la Dirección de Competencia en materia de I+D, las Partes de la operación presentaron una propuesta de compromisos compatibles con los intereses técnicos y económicos del Negocio, con el fin de despejar cualquier preocupación de la CNMC a ese respecto, y que se recogen a continuación:

VIII.1. COMPROMISO I: SUPERVISIÓN PERIÓDICA DE LAS ACTIVIDADES DE I+D

- (131) La Parte Notificante informará a la CNMC cada [...]de conformidad con el párrafo (148) infra, de la evolución de los Proyectos de I+D Existentes.

- (132) En concreto, la Parte Notificante deberá aportar la siguiente información:

- i. El estado de cada Proyecto de I+D Existente y, en su caso, si se ha completado.
- ii. La sociedad encargada de cada Proyecto de I+D Existente.
- iii. El presupuesto asignado a cada Proyecto de I+D Existente en el año en curso, señalando el presupuesto ya ejecutado del mismo.
- iv. El presupuesto ejecutado acumulado de cada uno de los Proyectos de I+D Existente desde el inicio del mismo.
- v. El objetivo perseguido por cada Proyecto de I+D Existente, señalando si el mismo va dirigido a optimización de costes o a la innovación de productos.
- vi. Cualquier previsión de cambios en cada uno de los Proyectos de I+D Existentes.
- vii. Sujeto a la Sección VIII.2. infra, los Proyectos de I+D Existentes que hayan sido reducidos, abandonados o retirados, y la razón para la reducción, abandono o retirada.
- viii. Sujeto a la Sección VIII.2. infra, si alguno de los Proyectos de I+D Existentes ha sido fusionado o consolidado con cualquier otro Proyecto de I+D Existente, que será identificado específicamente.
- ix. El presupuesto agregado total del año en curso destinado a Proyectos de I+D Existentes y la ejecución del presupuesto del año anterior.

- (133) La Parte Notificante facilitará en los [...] posteriores a la notificación a la CNMC de la ejecución de la operación el primer listado de los proyectos de I+D en curso de las Partes con la información recogida en el punto anterior.

- (134) La Parte Notificante facilitará, además, una actualización de esta información a la Dirección de Competencia por escrito, [...]; sin perjuicio de la facultad de la

Dirección de Competencia de requerir información adicional de acuerdo con lo previsto en los artículos 39 y 41 de la LDC.

VIII.2. COMPROMISO II. AUTORIZACION PREVIA A LA ELIMINACION DE PROYECTOS DE I+D

- (135) Sin perjuicio de lo dispuesto en la Sección VIII.1. *supra*, el Negocio no abandonará, retirará, fusionará o consolidará ningún Proyecto de I+D, ni reducirá el presupuesto anual asignado a un Proyecto de I+D en un porcentaje superior al [25-35]% del Presupuesto de ese Proyecto de I+D o, sin autorización previa de la CNMC.
- (136) Los supuestos de eliminación, abandono, fusión, consolidación de Proyectos de I+D que no será necesario someter a autorización de la CNMC quedan recogidos en la sección VIII.2.B (infra) de los presentes Compromisos.

A. PROCEDIMIENTO DE AUTORIZACIÓN

- (137) Si el Negocio pretende abandonar, retirar, fusionar o consolidar algún Proyecto de I+D, o reducir su presupuesto en un porcentaje superior al [25-35]% de su Presupuesto, la Parte Notificante deberá notificar de su intención a la Dirección de Competencia, detallando el curso de acción propuesto.
- (138) En concreto, la Parte Notificante facilitará a la Dirección de Competencia la información técnica que demuestre que el Proyecto de I+D afectado es o se ha convertido en:
- a. Un proyecto verdaderamente duplicado respecto de uno o más Proyectos de I+D Existentes. La Parte Notificante facilitará asimismo los detalles relativos [...].
 - b. Un proyecto de I+D, que, como resultado de una determinación del Negocio, a la luz de los desarrollos proyectados, no hay perspectivas razonables de que se pueda alcanzar el objetivo perseguido por el proyecto. [...].
 - c. Un proyecto de I+D que ya no esté justificado por razones técnicas o el perfeccionamiento de los medios técnicos y objetivos perseguidos en un Proyecto de I+D Existente, a la luz de los avances y los resultados del mismo.
- (139) La Dirección de Competencia, una vez recibida la notificación en los términos del párrafo (135) *supra*, determinará si el abandono, retirada, fusión o consolidación del Proyecto de I+D existente en cuestión o la reducción del presupuesto en los términos descritos anteriormente, está justificada en base a la información facilitada por la Parte Notificante. La Dirección de Competencia podría requerir a la Parte Notificante o a terceras Partes ajenas a la operación información adicional para valorar su decisión.
- (140) Si la CNMC entiende que el Proyecto de I+D en cuestión está verdaderamente duplicado, o que el mismo ya no resulta viable por razones técnicas, o que la reducción de su presupuesto es apropiada, o que no hay perspectivas razonables de que se pueda alcanzar el objetivo perseguido por el proyecto (según sea el caso), la Sala de Competencia autorizará el abandono, retirada, fusión o consolidación, o reducción del presupuesto, del Proyecto de I+D Existente en

cuestión. También podrá concederse una autorización, a discreción de la CNMC, por entender justificadas otras razones aducidas por la Parte Notificante.

- (141) La Sala de Competencia adoptará una decisión en el periodo de [...] desde que reciba la notificación a la que se refiere el párrafo (135). En caso que no se adopte una decisión en dicho plazo, se entenderá tácticamente autorizada la solicitud y el Negocio podrá implementar las acciones descritas en la misma.
- (142) Si la Dirección de Competencia llega a la conclusión preliminar de que un Proyecto de I+D Existente no cumple las características señaladas en las letras a), b) y c) del párrafo (137) (*supra*) y, por tanto, no hay razones para justificar las modificaciones propuestas, informará a la Parte Notificante antes de adoptar la decisión por la Sala. [...]

B. PROYECTOS DE I+D EXCLUIDOS

- (143) A efectos aclaratorios, el Negocio no requerirá de la autorización de la CNMC para:
- i. la conclusión de un Proyecto de I+D Existente por alcanzar el objetivo perseguido.
 - ii. la reducción del presupuesto anual de un Proyecto de I+D Existente, siempre que tal reducción sea inferior al [25-35]% del Presupuesto asignado a ese proyecto; o
 - iii. la reducción del presupuesto anual de un Proyecto de I+D Existente, siempre que el presupuesto asignado a dicho proyecto sea inferior a [...] euros.
- (144) Sin perjuicio de lo anterior, la Parte Notificante facilitará a la Dirección de Competencia información regular y detallada relativa a cualquier finalización o modificación de alguno de los Proyectos de I+D Existentes de acuerdo con el Compromiso I (*supra*).

VIII.3. REVISIÓN Y DURACION DE LOS COMPROMISOS

- (145) La CNMC podrá, en respuesta a una petición razonada de la Parte Notificante que demuestre una causa justificada, renunciar, modificar o sustituir uno o más de estos Compromisos.
- (146) Una petición formulada con arreglo al párrafo (144) *supra* no suspenderá ninguna de las obligaciones contraídas en virtud de los presentes Compromisos y, en particular, no suspenderá ninguno de los plazos en los que deban cumplirse dichas obligaciones.
- (147) Estos Compromisos entrarán en vigor el día de cierre de la Operación Propuesta. [...].
- (148) Habida cuenta de la duración media de los Proyectos de I+D Solapados, los Compromisos expirarán en el [...] del cierre de la Operación Propuesta.

IX. VALORACION TRAS COMPROMISOS

- (149) De acuerdo con el artículo 10 de la LDC, la CNMC valorará las concentraciones económicas atendiendo a la posible obstaculización del mantenimiento de una competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional. Ahora bien, de conformidad con el artículo 59 de la LDC, cuando de una concentración puedan derivarse obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva, las partes notificantes, por propia iniciativa o a instancia de la CNMC, pueden proponer compromisos para resolverlos.
- (150) La LDC atribuye a la Dirección de Competencia la competencia para valorar estos remedios y al Consejo la competencia para resolver sobre los mismos, preservando la posibilidad de que la CNMC establezca condiciones si se considera que los compromisos presentados no son adecuados para resolver los problemas de competencia detectados.
- (151) Este modelo permite conjugar la salvaguardia de las condiciones de competencia en el mercado con el máximo respeto a los principios de proporcionalidad y mínima intervención por parte de la autoridad a la hora de condicionar las operaciones de concentración. Por ello, con carácter general, resulta preferible que la CNMC opte por los compromisos ofrecidos, siempre que sean adecuados, frente a la posibilidad legal de imponer condiciones porque, al haber sido ofrecidos de manera voluntaria, se facilita la ejecución y vigilancia de los mismos.
- (152) De acuerdo con el apartado 9 de la Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles en operaciones de concentración⁶², *“los compromisos deberán eliminar enteramente los problemas de competencia y deberán ser completos y efectivos desde todos los puntos de vista”*. Asimismo, el artículo 69.5 del RDC establece que los compromisos presentados en primera fase solo podrán ser aceptados cuando el problema de competencia detectado sea claramente identificable y pueda ser fácilmente remediado.
- (153) En este sentido, en la presente operación de concentración, los riesgos para la competencia han sido claramente identificados y delimitados.
- (154) Tal y como se ha señalado en el apartado de valoración del presente informe, a juicio de esta Dirección de Competencia, el principal riesgo asociado a la presente operación se deriva de la posible reducción del gasto actual de la Adquirida destinado a innovación hasta en un 75-100%, por eliminación de líneas solapadas de I+D del Negocio Adquirido, según lo recogido en la documentación estratégica recabada a la notificante, lo que podría redundar en una importante reducción del esfuerzo innovador en el sector de los revestimientos cerámicos, si no se trata, en efecto, de eliminación de proyectos o líneas de investigación verdaderamente solapadas.
- (155) En este sentido, y con objeto de disipar dudas sobre el tipo de líneas o proyectos de investigación que puedan ser eliminados una vez se ejecute la operación, la Notificante se compromete a no abandonar, retirar, fusionar o consolidar ningún Proyecto de I+D Existente, ni reducir el presupuesto anual asignado a un

⁶² Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles con arreglo al Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo y al Reglamento (CE) nº 802/2004 de la Comisión.

Proyecto de I+D Existente en un porcentaje superior al [25-35]% del Presupuesto de ese Proyecto de I+D Existente o, sin autorización previa de la CNMC.

- (156) Asimismo, y con objeto de facilitar la monitorización de la evolución y desarrollo de los proyectos de I+D de las Partes tras la ejecución de la operación, la notificante se compromete a informar periódicamente a la CNMC hasta que expiren estos compromisos sobre la evolución y cambios relacionados con los Proyectos de I+D Existentes.
- (157) Todo ello sin perjuicio de las facultades de la CNMC para requerir a terceros la información adicional que se estime necesaria para el desempeño de las funciones de vigilancia del cumplimiento de los citados compromisos, conforme a lo establecido en los artículos 39 y 41 de la LDC.
- (158) La Dirección de Competencia considera que **los compromisos presentados eliminen de manera adecuada, eficaz y proporcionada los posibles riesgos asociados** a una reducción del esfuerzo innovador de la entidad resultante.
- (159) En este sentido, esta Dirección de Competencia considera que los compromisos presentados son **suficientes** porque impiden la eliminación, reducción o abandono de líneas de I+D no objetivamente justificadas por razones técnicas o verdadero solapamiento de las mismas, al estar la entidad resultante obligada a solicitar autorización previa a la CNMC para su eliminación quedando está sujeta a la comprobación por parte de la CNMC de que se cumplen los requisitos objetivos y tasados en los compromisos presentados que justifican la misma.
- (160) Asimismo, se considera que son **proporcionales** dado que, por un lado, se establecen de forma clara y objetiva las causas que justifican el abandono, retirada, fusión o consolidación de los Proyectos de I+D Existentes o las reducciones en el presupuesto anual asignado a Proyectos de I+D Existentes, permitiendo delimitar el análisis y la valoración de la CNMC. Por otro lado, se establecen claramente aquellos casos exentos de notificación y autorización previa por la CNMC, otorgando a la entidad resultante de cierta flexibilidad para realizar reducciones en el presupuesto y poder eliminar Proyectos de I+D Existentes de menor calado, facilitando la gestión y reorganización de sus recursos una vez implementada la operación.
- (161) Asimismo, se considera que son **eficaces** porque permiten a la CNMC monitorizar la evolución y el desarrollo de los Proyectos de I+D de las Partes tras la ejecución de la operación, así como el gasto presupuestado y ejecutado en dichos proyectos y conocer todo cambio en los mismos pudiendo anticipar y detectar cambios no previstos o notificados y requerir información al respecto. Adicionalmente, permiten verificar a la CNMC que las causas de eliminación, abandono o reducción de un Proyecto de I+D responden a razones objetivas y/o técnicas y otorgan a la CNMC la capacidad de no autorizar la eliminación de proyectos, si considera que los motivos de eliminación, abandono o reducción no responden a las mismas y que por tanto su eliminación no está objetiva o técnicamente justificada.
- (162) Por último, esta Dirección de Competencia considera que la duración de los mismos es adecuada y proporcional dado que cubre el periodo medio de duración de los Proyectos de I+D Existentes de las partes de la operación.

- (163) El test de compromisos ha permitido contrastar con una serie de operadores del mercado, tanto principales competidores como clientes de las Partes, si bajo su perspectiva de operadores relevantes en el mercado, consideran que los compromisos presentados son efectivos y suficientes para superar los posibles problemas de competencia detectados. En este sentido, todos los clientes que han contestado al test de compromisos se han manifestado conformes con los compromisos presentados, considerando que los mismos serían adecuados para eliminar el riesgo detectado. Por lo que respecta a los competidores, uno de ellos, si bien no manifiesta disconformidad con los citados compromisos, señala no disponer de elementos de juicio necesarios para poder valorar la adecuación de los citados compromisos para solventar el riesgo detectado. El otro competidor que ha contestado al test de compromisos manifiesta, sin embargo, que considera que la operación no deriva en un riesgo del esfuerzo innovador, no teniendo este aspecto la relevancia de otras problemáticas que en su opinión considera que la operación va a generar, como la fijación de precios de venta en el mercado y la obtención de inputs a precios más bajos que sus competidores como consecuencia de su gran tamaño y poder de compra. Asimismo, dicho competidor señala que la entidad resultante tendrá una mayor penetración en cualquier mercado internacional y elevadas cuotas en determinados países donde ya estaban presentes ambas Partes, en detrimento del resto de competidores.
- (164) En este sentido, como se ha señalado anteriormente como resultado de los requerimientos y entrevistas mantenidas con competidores y clientes, si bien se ha constatado la existencia de elevadas cuotas conjuntas en los mercados de fritas y esmaltes y de tintas digitales, se observa que tras la operación seguirán existiendo un número suficiente de alternativas, tanto en el mercado de fritas y esmaltes como en el mercado de tintas digitales, con capacidad de competir con la entidad resultante (ya sean los dos principales competidores en tamaño presentes en todos los segmentos y mercados en los que se encuentra la entidad resultante, como un importante número de pequeñas y medianas empresas que compiten activamente con las grandes empresas en ciertas gamas y mercados de productos en los que se especializan). En este sentido, dado que los clientes tienden a diversificar proveedores, no hay contratos de suministro exclusivos ni ventas vinculadas⁶³, estas empresas de menor tamaño y más especializadas tienen la capacidad de competir activamente en estos mercados. Asimismo, la investigación de mercado confirma la existencia de exceso de capacidad instalada en el mercado y la ausencia de barreras significativas a la entrada en dichos mercados.
- (165) Por lo que respecta al mercado de inputs, esta Dirección de Competencia ha investigado la existencia de posibles riesgos asociados al mayor poder de negociación que tendría la entidad resultante tras la operación en el mercado aguas arriba de materias primas, a raíz de las preocupaciones manifestadas al respecto por algunos competidores durante la investigación de mercado. No obstante, como se mencionaba anteriormente, se verifica que se trata de

⁶³ Tanto competidores como clientes han confirmado la ausencia, en general, de ventas vinculadas de toda la gama de productos. Indican que los precios de los productos suelen negociarse de manera independiente en los contratos de suministro y que los servicios postventa se ofrecen de manera independiente para cada tipo de producto

materias primas que cotizan a nivel internacional y mercados con oferta globalizada, en los que el sector de los revestimientos cerámicos representa una pequeña parte de la misma. Por estos motivos, la entidad resultante no tendría la capacidad para influir en el precio de los mismos o de limitar el acceso a estos inputs por parte del resto de competidores en el mercado aguas arriba.

- (166) Por tanto, los riesgos manifestados por el citado competidor han sido detenidamente analizados por la Dirección de Competencia y finalmente descartados a la luz de los resultados de la investigación de mercado.
- (167) A la vista de todo lo anterior, se considera que la propuesta de compromisos presentados por PIGMENTS con fecha 26 de noviembre de 2020 es adecuada por suficiente y proporcionada, y eficaz para solventar adecuadamente los riesgos a la innovación detectados y directamente derivados de la presente operación de concentración.

X. 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 subordinada al cumplimiento de los compromisos presentados por la Notificante en fecha 26 de noviembre de 2020, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Asimismo y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se considera que, no tendrán la consideración de restricciones accesorias y necesarias para la operación, quedando por tanto sujetas a la normativa sobre acuerdos entre empresas: i) en lo referido al contenido de la **cláusula de no competencia** del ASPA, toda limitación a la adquisición o tenencia de acciones en una empresa competidora para fines exclusivamente de inversión financiera, que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o influencia sustancial en la misma; ii) en lo referido a la duración de las **cláusulas de no competencia, no captación y de confidencialidad**, todo lo que exceda los dos (2) años establecidos en la citada Comunicación; (iii) el contenido de las **obligaciones de suministro** y (iv) los acuerdos **de prestación de servicios** en la medida en que las mismas establecen una obligación de exclusividad en el suministro de dichos productos o confieren la condición de comprador o proveedor preferente.