

## II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

## COMMISSIONE

## DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 21 novembre 2001

**che autorizza la concentrazione mediante la quale Arbed SA, Aceralia Corporación Siderúrgica SA e Usinor SA si fondono per costituire Newco Steel**

**(Caso COMP/CECA.1351 — Usinor/Arbed/Aceralia)**

[notificata con il numero C(2001) 3696]

(Il testo in lingua inglese è il solo facente fede)

(2003/215/CECA)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea del carbone e dell'acciaio, in particolare l'articolo 66, paragrafo 2,

vista la comunicazione relativa all'armonizzazione delle procedure di esame delle concentrazioni nel quadro dei trattati CECA e CE <sup>(1)</sup>,

vista la notifica presentata dalle parti in data 18 giugno 2001 e le informazioni fornite in seguito,

vista la lettera del 19 luglio 2001 con la quale la Commissione ha comunicato alle parti le proprie serie preoccupazioni,

dopo aver dato alle imprese interessate la possibilità di rispondere alle obiezioni della Commissione,

vista la relazione finale del consigliere-auditore nel presente caso <sup>(2)</sup>,

considerando quanto segue:

(1) Il 18 giugno 2001 la Commissione ha ricevuto una notifica, a norma dell'articolo 66 del trattato CECA, relativa ad un progetto di concentrazione secondo cui le

imprese Arbed SA («Arbed»), società di diritto lussemburghese, Aceralia Corporación Siderúrgica SA («Aceralia»), società di diritto spagnolo, controllata da Arbed <sup>(3)</sup>, e Usinor SA («Usinor»), società di diritto francese, intendevano fondersi per costituire una nuova entità, denominata provvisoriamente Newco Steel («Newco»), di diritto lussemburghese, mediante offerta pubblica di scambio delle azioni di Aceralia, Arbed e Usinor con quelle della nuova entità.

(2) Esaminata la notifica, la Commissione ha concluso che il progetto di concentrazione rientrava nel campo d'applicazione dell'articolo 66, in combinato disposto con l'articolo 80, del trattato CECA. Poiché la concentrazione in progetto riguarda prodotti o mercati non rientranti nel campo d'applicazione del trattato CECA (ossia placche su misura, profilati per l'industria della costruzione, pannelli sandwich e tubi in acciaio), si applica <sup>(4)</sup> il regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese <sup>(5)</sup>, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1310/97 <sup>(6)</sup>. La presente decisione riguarda unicamente quegli elementi della concentrazione in progetto che rientrano nel campo d'applicazione del trattato CECA.

## I. LE PARTI

(3) Aceralia, che è controllata da Arbed, è una società registrata come sociedad anónima di diritto spagnolo. È la

<sup>(1)</sup> Comunicazione della Commissione relativa all'armonizzazione delle procedure di esame delle concentrazioni nel quadro dei trattati CECA e CE: GU C 66 del 2.3.1998, pag. 36.

<sup>(2)</sup> GU C 81 del 4.4.2003.

<sup>(3)</sup> Casi IV/M.0980 e IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia.

<sup>(4)</sup> Cfr. Caso COMP/M.2382 — Usinor/Arbed/Aceralia.

<sup>(5)</sup> GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1; versione rettificata: GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13.

<sup>(6)</sup> GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1.

massima produttrice di acciaio in Spagna: fabbrica e distribuisce prodotti siderurgici piatti e lunghi e prodotti in acciaio trattato, attività che rientrano nell'ambito del trattato CECA. Inoltre, Aceralia produce certi tipi di tubi di piccole dimensioni saldati al carbonio, destinati all'industria delle costruzioni, e svolge attività di trasformazione, le quali rientrano nell'ambito del trattato CE.

- (4) Arbed è una società registrata come société anonyme di diritto lussemburghese. È una delle maggiori produttrici di acciaio in Europa ed ha grandi unità di produzione in Belgio, Germania, Italia, Brasile e USA. In particolare, le sue principali attività sono la produzione e la distribuzione di prodotti in acciaio (tra cui prodotti lunghi pesanti e leggeri, prodotti piatti e prodotti in acciaio inossidabile), il commercio di residui di lavorazione e la distribuzione di alcune materie prime per l'industria siderurgica (specialmente ferroleghie e metalli non ferrosi). Arbed svolge anche altre attività nel settore dell'ingegneristica, le quali rientrano in parte nel campo d'applicazione del trattato CECA e in parte in quello del trattato CE. Insieme con Arbed, sua società di controllo, Aceralia ha realizzato nel 2000 un fatturato mondiale di 13 232 milioni di EUR.
- (5) Usinor è una società costituita come société anonyme di diritto francese. È una delle maggiori produttrici di acciaio nella Comunità ed ha unità di produzione in Belgio, Germania, Italia, Spagna e USA. Le sue attività comprendono la fabbricazione, la lavorazione e la distribuzione di prodotti in acciaio (in particolare, prodotti piatti in acciaio al carbonio, acciaio inossidabile e altri prodotti in acciaio legato). Queste attività rientrano in parte nel campo d'applicazione del trattato CECA e in parte in quello del trattato CE. Nel 2000 Usinor ha realizzato un fatturato mondiale di 15 733 milioni di EUR.

## II. L'OPERAZIONE

- (6) La concentrazione proposta si configura come fusione giuridica integrale, con l'unificazione completa di tutte le attività di Aceralia, Arbed e Usinor. A tale scopo, sarà costituita una nuova persona giuridica unica denominata Newco Steel («Newco»), che sarà strutturata come gruppo pienamente integrato. Newco, che avrà lo statuto di société anonyme di diritto lussemburghese, sarà costituita nell'intento di effettuare un'offerta di scambio delle sue azioni per l'intero capitale azionario di ciascuna delle parti. La nuova società organizzerà contemporaneamente tre distinte offerte di scambio condizionate riguardanti tutte le azioni ordinarie di Aceralia, Arbed e Usinor in circolazione al momento delle offerte. Le tre offerte saranno condizionate all'accettazione di almeno il 75 % delle azioni emesse da Aceralia, Arbed e Usinor. Ad operazione compiuta, gli azionisti di Aceralia deterranno approssimativamente il 20,1 % di Newco, gli azionisti di Arbed il 23,4 % e gli azionisti di Usinor il restante 56,5 %.

## III. LA CONCENTRAZIONE

- (7) Per le loro attività di fabbricazione e di vendita di prodotti in acciaio, le parti notificanti vanno identificate come imprese ai sensi dell'articolo 80 del trattato CECA. L'operazione notificata costituisce quindi una concentrazione ai sensi dell'articolo 66, paragrafo 1, del trattato CECA.

## IV. IL PROCEDIMENTO

- (8) Il 19 luglio 2001 la Commissione ha deciso di avviare un'indagine approfondita sulla concentrazione proposta, per quanto riguardava i prodotti CECA, poiché vi erano serie preoccupazioni che tale operazione potesse conferire alle parti il potere d'impedire un'efficace concorrenza o di eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA. Le parti sono state avvertite di tale ulteriore indagine con lettera dello stesso 19 luglio.
- (9) Il 28 settembre 2001 la Commissione ha adottato una comunicazione degli addebiti, ai sensi dell'articolo 66 del trattato CECA e del paragrafo 4 della comunicazione relativa al ravvicinamento delle procedure di esame delle concentrazioni nei trattati CECA e CE. La Commissione è giunta alla conclusione preliminare che l'operazione di concentrazione proposta avrebbe conferito alle parti il potere d'impedire un'efficace concorrenza o di eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA.
- (10) Riguardo ai prodotti non CECA inclusi nella concentrazione proposta, la Commissione ha deciso il 19 luglio 2001 che l'operazione non suscitava seri dubbi sulla sua compatibilità con il mercato comune o con il funzionamento dell'accordo SEE <sup>(7)</sup>.

## V. VALUTAZIONE AI SENSI DELL'ARTICOLO 66, PARAGRAFO 2

### A. INTRODUZIONE: L'INDUSTRIA SIDERURGICA

#### 1. PROCESSI DI PRODUZIONE

- (11) Prima di esaminare nei particolari i mercati rilevanti dei prodotti, sarà utile definire il contesto in cui opera il settore industriale in oggetto. L'acciaio è uno dei materiali più importanti utilizzati nella nostra società: è presente negli edifici in cui abitiamo e lavoriamo e nei trasporti di cui ci serviamo ed è essenziale nella produzione e

<sup>(7)</sup> Caso COMP/M.2382 — Usinor/Arbed/Aceralia.

- distribuzione dei cibi e bevande che consumiamo. Inoltre, è una materia prima essenziale per la vasta maggioranza delle altre industrie manifatturiere, se non per tutte.
- (12) La produzione di acciaio è ad uso molto intensivo di capitale: le dimensioni economiche minime sono ampie e gli investimenti in questo settore sono molto specifici. Di conseguenza, sono molto elevate le barriere all'ingresso. L'integrazione verticale è la norma, con poche eccezioni: la maggior parte dei produttori controlla una parte importante della catena produttiva e molti sono integrati a valle nella distribuzione di acciaio e nei prodotti di prima trasformazione, quali tubi, pannelli e profilati.
- (13) La prima importante differenziazione nell'industria siderurgica è basata essenzialmente sulla chimica dell'acciaio. Si possono distinguere tre tipi principali di acciaio: acciaio al carbonio, acciaio inossidabile e acciai speciali o legati. Ai fini della presente decisione non è necessario dilungarsi sugli acciai legati, poiché non vi sono problemi al riguardo.
- (14) L'acciaio al carbonio, quello che ci è più familiare, è utilizzato in una gamma molto vasta di applicazioni, tra cui le carrozzerie di autoveicoli, le lattine per bibite, travi e materiali di rinforzo per l'industria delle costruzioni ecc. L'acciaio inossidabile contiene forti percentuali di cromo e di nickel, è dunque molto più costoso dell'acciaio al carbonio e viene utilizzato soprattutto in applicazioni che richiedono resistenza alla corrosione e/o alle temperature elevate.
- (15) Le proprietà fisiche degli acciai si possono modificare variandone la struttura chimica o il trattamento nel corso della produzione o dei successivi processi di lavorazione. Per esempio, le lattine per bibite, che richiedono un materiale molto duttile, e i coltelli, che richiedono un materiale molto duro (perché restino taglienti) vengono realizzati con acciai al carbonio differenti.
- (16) Attualmente sono due i processi di fabbricazione dell'acciaio da cui si ottiene quasi tutta la produzione mondiale: il ciclo integrale e il ciclo con il forno elettrico ad arco. Il ciclo integrale, che è quello a massimo uso intensivo di capitale, comporta la produzione di ferro liquido a partire da minerale di ferro, coke e calcare. Il ferro liquido viene quindi trasformato in acciaio in un convertitore a ossigeno. In questa fase oppure in un recipiente a parte viene regolata la composizione chimica finale dell'acciaio. Il ciclo alternativo di produzione è il forno elettrico ad arco, nel quale vengono fusi rottami (e talvolta direttamente ferro ridotto o ghisa). Si effettuano poi aggiunte per ottenere la specifica chimica desiderata e si procede alla colata continua dell'acciaio liquido, ottenendo prodotti semilavorati che vengono quindi trasformati, mediante laminazione, nei vari prodotti in acciaio.
- (17) In genere i prodotti piatti in acciaio al carbonio che suscitano i problemi di concorrenza delineati nella presente decisione sono fabbricati mediante il ciclo integrale, poiché questo consente di produrre acciaio senza le impurità presenti nei rottami. È possibile fabbricare prodotti piatti di qualità inferiore mediante il ciclo con il forno elettrico ad arco, ma per applicazioni in cui l'acciaio deve essere esente da impurità è d'obbligo la produzione a ciclo integrale.
- (18) In entrambi i cicli di produzione si effettua la colata continua dell'acciaio per ottenere prodotti semilavorati: billette e blumi per i prodotti lunghi e bramme per i prodotti piatti. Le bramme vengono poi laminate a caldo, ottenendo lamiere quarto e nastri (in treni per nastri larghi o stretti). I nastri larghi possono essere poi tagliati per ridurre la larghezza e/o sezionati nel senso della lunghezza per ottenere lamiere. Pressoché tutte le lamiere quarto, i nastri stretti laminati a caldo e le lamiere d'acciaio sono venduti in questa forma, senza subire altre trasformazioni presso il produttore di acciaio.
- (19) Una parte della produzione in acciaio in nastri larghi laminato a caldo viene venduta direttamente ai clienti, tra i quali i centri di servizi siderurgici, che possono tagliare o sezionare i nastri. Gran parte della produzione in acciaio in nastri larghi laminato a caldo subisce invece altre lavorazioni, per produrre nastri laminati a freddo, di spessore inferiore e con migliore finitura della superficie. A sua volta, una parte del materiale laminato a freddo viene venduta in questa fase, ma ad una parte considerevole di tale produzione viene applicato un rivestimento metallico, in stagno o cromo per ottenere lattine e scatole o barattoli per l'industria alimentare, oppure in zinco. Lo zinco protegge l'acciaio dalla corrosione e può essere applicato immergendo i nastri in acciaio in un bagno di zinco fuso (nastro galvanizzato ad immersione a caldo) o mediante elettrolisi (nastro a galvanizzazione elettrolitica). I principali acquirenti di nastri galvanizzati, o zincati, sono l'industria automobilistica e l'industria delle costruzioni. Ad eccezione di una parte del materiale zincato, prevalentemente ad immersione a caldo, il cui rivestimento è organico, la maggior parte del materiale rivestito è venduta come acciaio da imballaggio e in forma di nastri in acciaio galvanizzato a caldo od a zincatura elettrolitica.
- (20) Gli impianti che utilizzano il forno elettrico ad arco sono situati di solito nelle vicinanze di sedi di approvvigionamento di rottami. Gli impianti a ciclo integrale si possono distinguere in impianti costieri, in generale più moderni, e impianti siti nel retroterra, i quali si basa-

vano in passato sulla disponibilità locale di minerale di ferro e carbone. Oggi, quasi tutto il carbone e il minerale di ferro utilizzati in Europa per produrre acciaio sono importati, il che conferisce un certo vantaggio agli impianti costieri, in particolare quelli siti presso porti con acque profonde.

- (21) All'interno della struttura di produzione, emerge chiaramente che i vari prodotti non apportano il medesimo valore aggiunto, il che si traduce in livelli diversi di redditività. Di fatto, i prodotti a valle presentano maggiore valore aggiunto e fruttano proventi notevolmente più elevati al lordo di tasse, deprezzamento e ammortamento, come mostra il grafico 1.

GRAFICO 1

#### Livelli indicativi dei prezzi (nastri laminati a caldo = 100)

[GRAFICO OMESSO]\* (\*)

Fonte: le parti.

- (22) Nella tabella 1 sono indicate le vendite di prodotti piatti nella Comunità nel 2000.

TABELLA 1

#### Vendite di prodotti piatti nella Comunità nel 2000

(milioni di tonnellate)

Prodotti	Vendite
Nastri larghi laminati a caldo	23,9
Nastri stretti laminati a caldo	2,9
Lamiere laminate a caldo	2,5
Tutti i prodotti in nastri laminati a caldo	29,3
Lamiere quarto	7,8
Nastri laminati a freddo	13,1
Acciaio per imballaggi	4,3
Acciaio galvanizzato	21,1
Acciaio a rivestimento organico	4,1
Totale	74,6

Fonte: le parti.

## 2. I PRODUTTORI DI ACCIAIO

- (23) Le parti notificanti sostengono che l'industria siderurgica europea non è molto concentrata. Questo era forse vero in passato, ma negli ultimi dieci anni si è avuto un considerevole consolidamento. Attualmente sono cinque le grandi imprese di produzione di acciaio: Usinor, TKS, Corus, Riva e Arbed/Aceralia. Oltre a queste, vi sono vari produttori di dimensioni notevolmente inferiori, tra i quali Voest-Alpine, Rautaruukki, Salzgitter, Duferco. A seconda del mercato di prodotti in oggetto, le vendite dei cinque maggiori produttori assorbono dal 50 % all'85 % del consumo complessivo.

- (24) Il primo gruppo di produttori di acciaio è costituito da grandi imprese integrate, che fabbricano prodotti in acciaio a tutti i livelli di produzione. Tutte fabbricano prodotti piatti; inoltre, TKS, Arbed /Aceralia e Usinor producono acciaio inossidabile (Corus ha una partecipazione nell'AvestaPolarit, che fabbrica acciaio inossidabile). Inoltre, Corus e Arbed/Aceralia sono molto attive nel settore dei prodotti lunghi. Tutte queste imprese sono il risultato di recenti operazioni di concentrazione: Usinor ha acquisito Cockerill Sambre, che a sua volta aveva acquisito Ekostahl; TKS è il risultato di operazioni successive di concentrazione in Germania, in particolare tra Krupp e Hoesch, e poi della fusione con Thyssen; Corus è risultata dalla fusione tra British Steel e Hoogovens; Arbed ha acquisito Stahlwerke Bremen e successivamente ha assunto una partecipazione di maggioranza in Aceralia, la quale ha poi acquisito Ucin e Aristrain; Riva ha acquisito l'impresa privatizzata ILVA.

- (25) Questi grandi produttori operano in vari siti, in diversi paesi europei e in paesi terzi, e dispongono di stabilimenti integrati nei quali si produce acciaio dal carbone e dal minerale di ferro e lo si sottopone poi a lavorazione. Tali imprese sono in grado di fornire una gamma molto ampia di prodotti piatti e, per la maggior parte, fabbricano anche acciaio inossidabile e prodotti lunghi. Inoltre, sono attive nella distribuzione dell'acciaio e nei prodotti a valle: Riva per esempio, che è l'impresa più piccola tra i grandi produttori, ha 44 stabilimenti di produzione di varie dimensioni, tra i quali la grande acciaieria integrata di Taranto.

- (26) Il secondo novero di fabbricanti di acciaio comprende produttori europei minori, che non hanno le medesime dimensioni né offrono la medesima gamma di prodotti degli operatori principali, ma si concentrano su mercati di nicchia (prodotti e/o regioni). Tra questi operatori vi sono fabbricanti di prodotti piatti con impianti integrati: Voest-Alpine, Rautaruukki, SSAB e Salzgitter. Come ha dichiarato una di queste imprese in risposta a un questionario della Commissione, «il gruppo non si considera un produttore di grandi volumi di acciaio, ma piuttosto un fabbricante specializzato e un'impresa di lavorazione di prodotti in acciaio di alta qualità». Vi sono anche numerosi fabbricanti di prodotti lunghi, che utilizzano principalmente il ciclo con il forno elettrico ad arco.

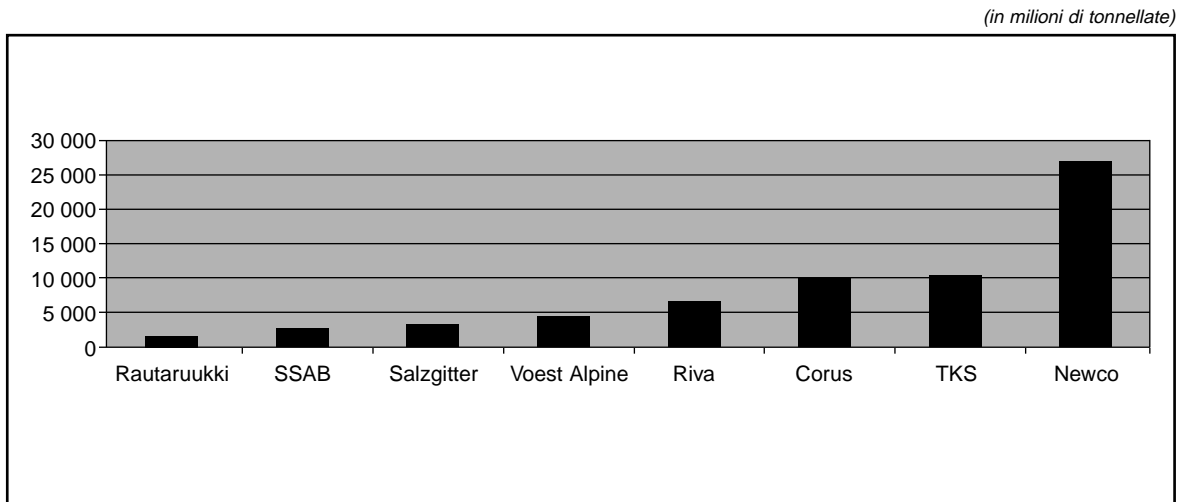
(\*) Le parti del presente testo racchiuse tra parentesi quadre e contrassegnate da un asterisco corrispondono a modifiche od omissioni volte ad impedire la divulgazione di informazioni riservate.

(27) L'operazione proposta avrebbe come risultato la massima impresa siderurgica a livello europeo e mondiale. Il grafico 2 dà un'idea delle dimensioni relative dei principali produttori europei di acciaio in base alle loro ven-

dite di tutti i prodotti piatti in acciaio al carbonio, che costituiscono la fonte delle preoccupazioni esaminate nella presente decisione.

GRAFICO 2:2

### Totale delle vendite di prodotti piatti in acciaio al carbonio (nel 2000)



Fonte: le parti.

## B. MERCATI RILEVANTI

### 1. OSSERVAZIONI PRELIMINARI

(28) Gli obiettivi della concentrazione proposta sono la fabbricazione di prodotti in acciaio al carbonio e in acciaio inossidabile, la lavorazione di tali prodotti per ottenere prodotti piatti laminati a caldo, la successiva lavorazione mediante laminazione a freddo e la produzione di prodotti con rivestimenti metallici e organici, di lamiere magnetiche e di acciaio per imballaggi. Inoltre, Newco opererà anche nel settore della distribuzione, tramite una rete di centri rispettivamente di servizi siderurgici, di grossisti e di ossitaglio.

### 2. I PRODOTTI IN ACCIAIO

#### a) *Distinzione tra prodotti in acciaio al carbonio, prodotti in acciaio alto legato e prodotti in acciaio inossidabile*

(29) In base a precedenti decisioni della Commissione <sup>(8)</sup>, i prodotti in acciaio al carbonio costituiscono un mercato

di prodotti diverso dai prodotti in acciaio inossidabile e dai prodotti in acciaio alto legato.

(30) I prodotti in acciaio al carbonio non possono essere sostituiti con prodotti in acciaio alto legato a causa 1) della diversa composizione chimica, 2) dei prezzi notevolmente diversi e 3) dei diversi campi di applicazione <sup>(9)</sup>. Del resto, i prodotti in acciaio al carbonio sono fabbricati in impianti non attrezzati per la fabbricazione di prodotti in acciaio alto legato.

(31) Inoltre, i prodotti in acciaio al carbonio costituiscono un mercato distinto da quelli in acciaio inossidabile, in particolare a causa della diversa composizione chimica dell'acciaio non legato, dell'acciaio inossidabile e termoresistente e di altri acciai legati <sup>(10)</sup>. L'acciaio inossidabile è una lega contenente almeno il 10,5 % di cromo, con o senza altri elementi leganti, e meno dell'1,2 % di carbonio <sup>(11)</sup>. La produzione di acciaio inossidabile differisce dalla produzione di acciaio al carbonio per l'aggiunta di cromo, nickel e altri elementi leganti al processo di fusione dell'acciaio, allo scopo di ottenere differenze metallurgiche nel prodotto finale rispetto all'acciaio ordinario <sup>(12)</sup>.

<sup>(8)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield. Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johnson. Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

<sup>(9)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(10)</sup> Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Cfr. anche caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield.

<sup>(11)</sup> Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johnson.

<sup>(12)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

**b) I prodotti piatti in acciaio al carbonio costituiscono un mercato di prodotti distinto da quello dei prodotti lunghi in acciaio al carbonio**

- (32) In varie occasioni la Commissione ha concluso che i prodotti piatti in acciaio formano un mercato di prodotti distinto da quello dei prodotti lunghi in acciaio <sup>(13)</sup>.
- (33) L'acciaio prodotto in un'acciaieria viene colato in fossa e successivamente lavorato per formare i prodotti richiesti dai consumatori finali. I prodotti in acciaio laminato si possono suddividere in prodotti piatti (nastri larghi e stretti laminati a caldo, lamiere quarto e lamiere) e prodotti lunghi (profilati e travi in d'acciaio, traversine e binari ferroviari, laminati mercantili e vergelle). I prodotti in acciaio piatti e lunghi vengono fabbricati in treni di laminazione differenti e vengono acquistati per scopi diversi. La maggior parte dei treni di laminazione sono costruiti appositamente per un particolare prodotto finale e difficilmente vengono convertiti ad altri usi <sup>(14)</sup>. Inoltre, vi sono notevoli differenze nelle applicazioni e nei prezzi dei prodotti piatti e lunghi. È quindi possibile differenziare i mercati dei prodotti piatti da quelli dei prodotti lunghi.

**c) Prodotti piatti in acciaio al carbonio: distinzione tra prodotti laminati a caldo e a freddo**

- (34) In decisioni precedenti la Commissione ha stabilito che i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati rispettivamente a caldo e a freddo costituiscono mercati distinti di prodotti <sup>(15)</sup>.
- (35) Solo una limitata percentuale di prodotti piatti laminati a caldo viene venduta per essere utilizzata in tale forma, mentre oltre la metà della produzione viene lavorata successivamente, mediante laminazione a freddo. Con la successiva laminazione a freddo si ottiene una notevole riduzione dello spessore, maggiore precisione nelle dimensioni, superficie più liscia e, mediante l'incrudimento, maggiore resistenza <sup>(16)</sup>. I prodotti laminati a caldo non presentano nella loro superficie le medesime caratteristiche dei prodotti laminati a freddo <sup>(17)</sup>. Il valore aggiunto dalla laminazione a freddo è sostanziale, dell'ordine del 25-30 %.
- (36) Con un moderno treno per la laminazione a caldo dell'acciaio in nastri larghi si può ottenere uno spessore

minimo di 1,5 mm. Nastri e lamiere più sottili, utilizzati specialmente nell'industria automobilistica e, dopo l'applicazione di un rivestimento, dalle industrie degli imballaggi e delle costruzioni, richiedono una lavorazione successiva in laminatoi a freddo, con i quali è possibile ottenere spessori minimi di 0,12/0,15 mm <sup>(18)</sup>.

- (37) Nel segmento dei prodotti piatti in acciaio al carbonio, è quindi possibile distinguere tra i prodotti laminati a caldo e quelli laminati a freddo.

**i) Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo**

- (38) All'interno del mercato dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo, le parti notificanti distinguono i seguenti prodotti:
- Nastri larghi laminati a caldo, lavorati anzitutto in laminatoi per nastri larghi e poi avvolti in rotoli.
  - Lamiere laminate a caldo, quadrate o rettangolari, ottenute mediante taglio del nastro nel senso della lunghezza.
  - Nastri stretti laminati a caldo, di larghezza inferiore a 600 mm dopo la finitura, che si possono produrre in laminatoi speciali oppure tagliando longitudinalmente i nastri larghi secondo la larghezza desiderata.
  - Lamiere quarto, prodotti non avvolti in rotoli, le cui dimensioni, in particolare lo spessore, sono molto diverse da quelle di tutti gli altri prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo.
- (39) Le parti sostengono che vi è un unico mercato rilevante per tutti i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo, ad eccezione delle lamiere quarto, che hanno proprietà fisiche diverse in termini di forma, spessore e larghezza e sono prodotte con attrezzature e processi diversi, e costituiscono quindi un mercato distinto.

- (40) La lamiera quarto <sup>(19)</sup> è prodotta in speciali laminatoi a quattro cilindri (treni quarto) e, a causa dello spessore, non può essere arrotolata <sup>(20)</sup>. Come descritto dalle parti notificanti nel formulario CO, le lamiere quarto hanno

<sup>(13)</sup> Caso IV/CECA.1269 — Sollac/Aceralia/Solmed. Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia. Caso IV/CECA.1264 — Aceralia/Aristrain.

<sup>(14)</sup> Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen.

<sup>(15)</sup> Caso IV/CECA.1269 — Sollac/Aceralia/Solmed. Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia. Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

<sup>(16)</sup> Caso IV/CECA.1269 — Sollac/Aceralia/Solmed.

<sup>(17)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

<sup>(18)</sup> Caso IV/CECA.1269 — Sollac/Aceralia/Solmed.

<sup>(19)</sup> Le lamiere, che a seconda dello spessore sono definite pesanti o medie, sono pezzi laminati quadrati o rettangolari ottenuti tagliando nastri larghi laminati a caldo. Le lamiere universali sono prodotti piatti laminati a caldo tagliati in pezzi di larghezza compresa tra 150 e 1 250 mm e di spessore superiore a 4 mm.

<sup>(20)</sup> Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia.

proprietà fisiche specifiche: non sono avvolte in rotoli e le loro dimensioni sono molto diverse da quelle di tutti gli altri prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo: a) lo spessore può raggiungere 400 mm, rispetto al massimo di 25 mm per i rotoli laminati a caldo; b) la larghezza può raggiungere 5 000 mm, rispetto ad un massimo di 2 200 mm per i rotoli laminati a caldo. Inoltre, le lamiera quarto sono utilizzate in applicazioni diverse da quelle dei prodotti in acciaio piatti sottili, in particolare nei seguenti settori: attrezzature industriali, meccanica, energia, nucleare, chimica e petrolchimica, trattamento dei gas, cantieri navali, metallurgia, produzione di caldaie e di strumentistica. In tutti questi settori, le dimensioni delle lamiera quarto presentano notevoli vantaggi economici per gli utilizzatori (rispetto, per esempio, ai prodotti piatti stretti). In base a tali considerazioni, la Commissione conclude che le lamiera quarto costituiscono un mercato distinto.

- (41) Per quanto riguarda gli altri prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo, si pone il problema di stabilire se i nastri larghi laminati a caldo costituiscono un mercato di prodotti distinto. I nastri larghi laminati a caldo sono nastri di larghezza superiore a 600 mm, prodotti in laminatoi a caldo automatizzati, a partire da bramme, e avvolti in rotoli <sup>(21)</sup>. I nastri larghi costituiscono circa l'82 % delle vendite di tutti i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo (escluse le lamiera quarto). In considerazione dell'elevato grado di sostituibilità a livello dell'offerta tra i nastri larghi laminati a caldo, i nastri stretti e le lamiera, si conclude che tutti i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo (escluse le lamiera quarto) fanno parte del medesimo mercato rilevante dei prodotti. Dunque, se non diversamente specificato, nella presente decisione ogni futuro riferimento ai prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo comprende tutti i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo escluse le lamiera quarto (ossia nastri larghi e stretti e lamiera).

#### ii) **Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo**

- (42) I prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo costituiscono un mercato di prodotti distinto da quello dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo. Le parti sostengono che all'interno del mercato dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo non si deve distinguere tra rotoli e lamiera. Tale argomentazione corrisponde a precedenti decisioni della Commissione <sup>(22)</sup>.
- (43) Inoltre, in base all'allegato I del trattato CECA, i prodotti piatti laminati a freddo di larghezza inferiore a 500 mm

rientrano nel campo d'applicazione non del trattato CECA, ma del trattato CE. Tuttavia, considerati gli attuali processi di produzione e condizioni di fornitura, tale distinzione non è più pertinente per valutare in termini di concorrenza le concentrazioni d'impresa. I prodotti piatti laminati a freddo di larghezza inferiore o superiore a 500 mm vengono prodotti attualmente con i medesimi treni di laminazione. Inoltre, è possibile ottenere lamiera di larghezza inferiore a 500 mm tagliando nastri larghi. Secondo precedenti decisioni della Commissione <sup>(23)</sup>, per valutare gli effetti della concentrazione proposta si può quindi presumere che vi siano mercati uniformi dei prodotti indipendentemente dalla larghezza dei prodotti, non solo per i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo, ma anche per i prodotti dei mercati a valle, ottenuti mediante lavorazioni successive, per esempio i diversi tipi di prodotti piatti rivestiti.

- (44) I prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo sono destinati perlopiù ad altre lavorazioni effettuate dai produttori stessi, in particolare per ottenere prodotti rivestiti, e quindi ad uso interno. Per esempio, circa il 70-80 % dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo fabbricati dalle parti notificanti sono forniti all'interno del gruppo per lavorazioni successive. La Commissione ha rilevato in precedenti decisioni che i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo (non rivestiti) costituiscono a loro volta un mercato distinto da quello dei prodotti rivestiti.

#### d) **Lamiera magnetiche**

- (45) In base a una precedente decisione della Commissione <sup>(24)</sup>, le parti sostengono che le lamiera magnetiche costituiscono un mercato di prodotti distinto da quello delle lamiera in acciaio al carbonio laminata a freddo, date le loro proprietà elettromagnetiche (conduttività e resistenza elettrica) e le loro applicazioni (fabbricazione di trasformatori, di motori elettrici, di dispositivi in serie, di commutatori e di generatori per centrali elettriche).
- (46) Inoltre, le parti distinguono tra lamiera magnetiche a grani non orientati e lamiera magnetiche a grani orientati, in base a differenze nella domanda e nell'offerta. In passato, la Commissione ha concluso che le lamiera magnetiche rispettivamente a grani orientati ed a grani non orientati costituiscono mercati distinti <sup>(25)</sup>. Entrambi i prodotti sono decapati e laminati a freddo, ma differiscono nel processo di ricottura mediante il

<sup>(21)</sup> Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia. I nastri stretti (o acciaio in nastro), compresi i nastri tagliati longitudinalmente, vengono prodotti direttamente in larghezze inferiori a 600 mm oppure tagliando longitudinalmente i nastri larghi laminati a caldo.

<sup>(22)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(23)</sup> Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia. Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johnson. Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST. Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(24)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

<sup>(25)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

quale si ottiene il materiale con le proprietà elettromagnetiche desiderate. In particolare, poiché gli impianti necessari per la fabbricazione di questi due tipi di prodotti sono molto diversi, non vi è sostituibilità nell'offerta. Anche nella domanda vi sono differenze: la lamiera a grani orientati è utilizzata quasi esclusivamente per grandi trasformatori, mentre gli usi principali della lamiera a grani non orientati sono i motori, i generatori ed i piccoli trasformatori.

**e) Lavorazioni successive di prodotti piatti in acciaio al carbonio: i prodotti rivestiti costituiscono un mercato distinto da quello dei prodotti non rivestiti**

(47) Il rivestimento è un processo di produzione successivo alla laminazione a caldo o a freddo, al quale vengono sottoposti oltre due terzi di tutti i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo fabbricati nella Comunità, che vengono rivestiti in funzione del loro impiego finale. La Commissione ha stabilito che i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo rispettivamente rivestiti e non rivestiti costituiscono mercati distinti di prodotti, date le differenze esistenti nelle loro caratteristiche, prezzi e applicazioni <sup>(26)</sup>.

(48) I nastri laminati a freddo non rivestiti hanno caratteristiche del tutto diverse da quelli rivestiti, in termini di finitura della superficie e di resistenza alla corrosione. Inoltre, il valore aggiunto conferito dal rivestimento è molto elevato, pur variando, a seconda del processo di applicazione, dal [20-30 %]\* (lamiera zincata a caldo) al [75-85 %]\* (lamiera a rivestimento organico), quindi per un media di circa il 35 % <sup>(27)</sup>.

**i) Distinzione tra prodotti a rivestimento metallico e prodotti a rivestimento organico**

(49) Come hanno spiegato le parti nella loro notifica, i prodotti piatti in acciaio al carbonio possono essere resi più resistenti alla corrosione rivestendoli di zinco, stagno o altro metallo <sup>(28)</sup> e/o applicando loro un rivestimento organico <sup>(29)</sup>.

(50) Secondo le parti notificanti, i prodotti a rivestimento organico costituiscono un mercato distinto da quello dei

prodotti a rivestimento metallico, per le loro diverse caratteristiche e, in particolare, per il prezzo notevolmente superiore del rivestimento organico <sup>(30)</sup>. Inoltre, le parti sostengono che il mercato rilevante potrebbe non essere limitato all'acciaio a rivestimento organico e comprendere anche una varietà di prodotti concorrenti <sup>(31)</sup>, in particolare alluminio a rivestimento organico.

(51) La distinzione proposta tra i mercati dei prodotti rispettivamente a rivestimento organico ed a rivestimento metallico corrisponde a precedenti decisioni della Commissione <sup>(32)</sup>. Tuttavia, l'indagine di mercato non ha confermato l'esistenza di un mercato più ampio comprendente al tempo stesso prodotti in acciaio e in alluminio a rivestimento organico.

**ii) Bande stagnate e prodotti zincati**

(52) I nastri in acciaio a rivestimento metallico si possono suddividere in due ampie categorie: 1) acciaio per imballaggi (bande stagnate e acciaio cromato mediante elettrolisi); 2) acciaio galvanizzato (mediante immersione a caldo oppure mediante elettrolisi, compresi i rivestimenti in leghe di zinco).

(53) Questi due gruppi di prodotti hanno prezzi e applicazioni molto diversi: l'acciaio per imballaggi è utilizzato quasi esclusivamente per fabbricare scatole, barattoli e lattine per alimenti e bibite, mentre i nastri in acciaio zincato sono utilizzati ampiamente nelle industrie automobilistica, delle costruzioni e dell'ingegneristica, allo scopo di preservare, mediante il rivestimento di zinco, la corrosione del substrato di acciaio, allungandone così la durata. È quindi possibile operare una netta distinzione tra questi due gruppi di prodotti.

**iii) Prodotti galvanizzati mediante immersione a caldo e mediante elettrolisi**

(54) Vi sono due diversi processi di galvanizzazione, o zincatura: l'immersione a caldo e l'elettrolisi.

(55) I prodotti zincati per immersione a caldo si ottengono immergendo in un bagno di zinco a 460° C l'acciaio laminato a caldo o a freddo, rivestendo così di zinco

<sup>(26)</sup> Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso IV/CECA.1269 — Sollac/Aceralia/Solmed. Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia. Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(27)</sup> Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen.

<sup>(28)</sup> Leghe di alluminio o zinco (zinco/alluminio, zinco/nickel ecc.).

<sup>(29)</sup> Vernici, rivestimenti organici sottili, pellicola stratificata.

<sup>(30)</sup> Il rivestimento organico apporta alla materia prima utilizzata un valore aggiunto del 15-35 %, a seconda dell'applicazione specifica.

<sup>(31)</sup> L'alluminio a rivestimento organico, i prodotti piatti in acciaio al carbonio non rivestiti e vari altri materiali metallici e non metallici.

<sup>(32)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/CECA.1269 — Sollac/Aceralia/Solmed.



tutte le superfici esposte <sup>(33)</sup>. I prodotti elettrozincati, invece, si ottengono applicando su uno o entrambi i lati del nastro un rivestimento elettrolitico, di zinco puro o di una lega di zinco e nickel.

- (56) Secondo le parti, i prodotti zincati in immersione a caldo ed i prodotti elettrozincati costituiscono un mercato unico, ossia il mercato dei prodotti zincati (anzi, le parti sostengono che il mercato potrebbe essere ancora più ampio includendovi i prodotti che sono in concorrenza con l'acciaio a rivestimento metallico) <sup>(34)</sup>. Le parti ritengono infatti che, dal punto di vista della domanda, i due tipi di prodotti sono reciprocamente sostituibili e che tale sostituibilità è stata potenziata di recente, in particolare con miglioramenti dell'estetica e delle prestazioni dei prodotti zincati a caldo, cosicché in tutte le principali applicazioni (autoveicoli, elettrodomestici e mobili metallici) si possono utilizzare indifferentemente prodotti o zincati a caldo o elettrozincati. A tale scopo sono necessari solo pochi adattamenti dei processi, che non riducono la sostituibilità. Inoltre, tali prodotti sono comparabili per quanto riguarda la resistenza alla corrosione, la qualità della superficie ed i prezzi.
- (57) In precedenti decisioni la Commissione ha ritenuto <sup>(35)</sup> che i prodotti zincati a caldo ed elettrozincati possono costituire mercati distinti di prodotti, per le loro differenze in termini di caratteristiche e di prezzi. Nondimeno, la Commissione ha lasciato aperta la segmentazione precisa dei prodotti zincati.
- (58) Tuttavia, l'indagine di mercato effettuata nel presente caso ha mostrato che, grazie ai recenti miglioramenti

apportati ai prodotti zincati a caldo, in particolare nella resistenza alla corrosione, nell'estetica e nelle prestazioni, non sembra che vi siano differenze sostanziali tra le caratteristiche dei prodotti zincati con immersione a caldo e quelli elettrozincati. I clienti hanno confermato ampiamente di considerare le due categorie di prodotti tecnicamente intercambiabili per la maggior parte delle applicazioni. L'industria automobilistica in particolare, che è il maggior gruppo di clienti per i prodotti zincati a caldo ed elettrozincati, utilizza entrambi tali prodotti nei suoi processi di produzione, compresa la fabbricazione delle parti esterne della carrozzeria, per le quali in passato si utilizzava esclusivamente acciaio elettrozincato.

- (59) Questo fatto può essere attestato dall'andamento della domanda di prodotti zincati a caldo ed elettrozincati nella Comunità. Nel 1993, per esempio, era stato venduto all'industria automobilistica acciaio elettrozincato nella percentuale del 70 %, rispetto al 27 % di nastri zincati a caldo, ma nel 2000 l'industria automobilistica ha utilizzato per il 44 % acciaio zincato a caldo. Nel 1999, del tonnellaggio complessivo di prodotti a rivestimento metallico utilizzati nell'industria automobilistica, quelli zincati a caldo erano circa il 60 %, e quelli elettrozincati il 40 %. La tabella 2 mostra l'andamento della domanda di acciaio zincato a caldo ed elettrozincato nei vari settori. Secondo le previsioni dell'industria, l'utilizzo di acciaio zincato a caldo da parte dell'industria automobilistica aumenterà ancora nei prossimi anni.

TABELLA 2

**Stime relative all'andamento della domanda di acciaio zincato a caldo ed elettrozincato nella Comunità**

	Acciaio zincato a caldo				Acciaio elettrozincato			
	1999		2005		1999		2005	
	Volume (kt)	% della domanda	Volume (kt)	% della domanda	Volume (kt)	% della domanda	Volume (kt)	% della domanda
Industria automobil.	[...]*	41	[...]*	[...]*	[...]*	75	[...]*	[...]*
Costruzioni	[...]*	39	[...]*	[...]*	[...]*	11	[...]*	[...]*
Elettrodom.	[...]*	3	[...]*	[...]*	[...]*	4	[...]*	[...]*
Prod. industr.	[...]*	10	[...]*	[...]*	[...]*	7	[...]*	[...]*
Meccanica	[...]*	7	[...]*	[...]*	[...]*	3	[...]*	[...]*
Totale	13 388	100	[...]*	100	4 963	100	[...]*	100

Fonte: le parti.

<sup>(33)</sup> In qualche caso, il metallo subisce successivamente un trattamento che trasforma il rivestimento in una lega di zinco/ferro (con l'8-12 % di ferro: è il cosiddetto acciaio «galvannealed»), che facilita la saldatura presso il laboratorio del cliente.

<sup>(34)</sup> Per esempio alluminio, plastica, materiali compositi, vetro e anche altri tipi di prodotti in acciaio (inossidabile, laminato a freddo, a rivestimento organico).

<sup>(35)</sup> Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia. Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

- (60) Per quanto riguarda i prezzi dell'acciaio zincato a caldo e dell'acciaio elettrozincato, l'indagine di mercato indica che essi dipendono in ampia misura dalle specifiche tecniche richieste (in particolare lo spessore e la composizione chimica del rivestimento e lo spessore, larghezza, rigidità, specifica chimica ecc. del supporto in acciaio) e dalle applicazioni di ciascuno dei due prodotti. È quindi difficile determinare prezzi medi o standard comparabili rappresentativi dell'intera gamma di prodotti zincati a caldo o elettrozincati.
- (61) In ogni caso, secondo i listini ufficiali dei principali produttori di lamiera zincata (cfr. tabella 3), le differenze tra i prezzi medi di questi prodotti nella Comunità sono inferiori al 5 %. L'indagine di mercato ha confermato che le differenze di prezzo tra i prodotti in oggetto non sono molto forti.

TABELLA 3

**Differenze di prezzo tra acciaio zincato a caldo ed elettrozincato in vari Stati membri**

	Germania	Belgio	Francia	Spagna	Italia	Regno Unito	Austria	Media
A caldo	525	600	600	550	550	877	575	611
Elettrolisi	500	600	600	550	525	794	550	588
Differenza	25	0	0	0	25	83	25	23
	5 %	0 %	0 %	0 %	5 %	10 %	5 %	4 %

Fonte: listini ufficiali di produttori dei paesi indicati.

- (62) Di conseguenza, la Commissione ha concluso che il mercato rilevante dei prodotti in oggetto comprende tutti i prodotti in acciaio zincato, ossia zincati a caldo ed elettrozincati.

**f) Acciaio per imballaggi: distinzione tra acciaio per contenitori di bibite e per altri usi**

- (63) L'acciaio per imballaggi consiste in rotoli o lamiere in acciaio piatto al carbonio molto sottile (0,13-0,49 mm), rivestito elettroliticamente con uno strato sottile di stagno (bande stagnate) o di cromo (acciaio elettrocromato o acciaio non stagnato). Si possono distinguere due tipi di acciaio per imballaggi, a seconda delle applicazioni: per contenitori di bibite e per altri usi. Questa distinzione è basata sui seguenti fattori: 1) gli standard qualitativi per le lattine per bibite sono molto più elevati di quelli per i contenitori destinati ad altri usi (tolleranza alle pressioni durante la lavorazione, qualità del metallo in relazione alla porosità ecc.); 2) le linee di stagnatura devono essere più larghe (1,2 m invece di un massimo di 1,0 m), per consentire l'ottimizzazione delle linee di produzione delle lattine; 3) l'acciaio per lattine per bibite deve essere degassificato sotto vuoto, per ridurre al minimo il tenore di carbonio. I cicli di produzione per la fabbricazione di lattine in acciaio per bibite possono essere utilizzati in teoria per la fabbricazione di contenitori per altri usi, ma ciò risulterebbe antieconomico.

- (64) Le parti sostengono che il mercato rilevante dei prodotti in metallo per lattine per bibite dovrebbe comprendere non solo l'acciaio, ma anche l'alluminio, poiché

entrambi questi materiali sono utilizzati per la produzione di lattine. Secondo le parti, i clienti europei sono liberi di scegliere se utilizzare per le lattine l'acciaio o l'alluminio, poiché l'alluminio, seppure più costoso come materia prima, richiede minore lavorazione per ottenerne le lattine per bibite. I prezzi dell'alluminio e dell'acciaio per imballaggi sarebbero quindi in interazione. Inoltre, le tradizionali linee di produzione di lattine, sebbene siano configurate per l'utilizzo o dell'alluminio o dell'acciaio, possono essere convertite per utilizzare l'altro materiale (le parti calcolano un costo di [...] \* milioni di EUR per la conversione dall'acciaio all'alluminio e di [...] \* milioni di EUR per la conversione dall'alluminio all'acciaio). Per di più, gli impianti moderni consistono in linee flessibili, che consentono di utilizzare l'acciaio e l'alluminio in modo intercambiabile. Analogamente, le parti sostengono che i clienti, grandi produttori concentrati di lattine per bibite, dispongono di un numero sufficiente di linee dedicate per l'acciaio e per l'alluminio per adattarsi in tempi brevi ai mutamenti della domanda e passare da un materiale all'altro.

- (65) In passato la Commissione ha concluso che l'acciaio per imballaggi costituisce un mercato di prodotti distinto <sup>(36)</sup>. Tuttavia, la Commissione non ha ancora stabilito se si debba segmentare il mercato con maggiore precisione, in particolare se l'acciaio (o il metallo) per contenitori di bibite e quello per contenitori per altri usi costituiscano mercati distinti. La definizione esatta può essere lasciata aperta anche nella valutazione dell'operazione in oggetto, poiché non influisce in misura sostanziale sulla valutazione in termini di concorrenza.

<sup>(36)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

(66) Per quanto riguarda l'argomentazione delle parti secondo cui l'acciaio e l'alluminio fanno parte dello stesso mercato rilevante dei contenitori di bibite, la Commissione ha concluso di recente che l'acciaio e l'alluminio per imballaggi costituiscono in generale mercati rilevanti distinti<sup>(37)</sup>. Anche se i prodotti finali sono simili in entrambi i casi, vi sono notevoli differenze nei prezzi e nell'andamento dei prezzi stessi dei due materiali. L'indagine di mercato della Commissione non conferma in questo caso l'esistenza di un mercato combinato dell'alluminio e dell'acciaio per le lattine per bibite.

(67) Infine, le parti sostengono che, oltre all'alluminio e all'acciaio, il mercato dei contenitori di bibite potrebbe essere ancora più ampio, includendovi materiali concorrenti, come plastica e vetro. Questi materiali concorrenti non fanno parte del medesimo mercato né dell'acciaio né dell'alluminio, a causa delle loro caratteristiche del tutto diverse, della grande diversità delle attrezzature necessarie per riempire le bottiglie in vetro o plastica e a causa, infine, della diversità di prezzo.

**g) Prodotti piatti in acciaio inossidabile: distinzione tra prodotti laminati a caldo ed a freddo**

(68) L'acciaio inossidabile si può distinguere dall'acciaio al carbonio e dagli acciai legati per le sue caratteristiche fisiche e chimiche, in particolare per la sua resistenza alla corrosione e alle alte temperature, che lo rende un materiale adatto a titolo esclusivo per determinate applicazioni, tra l'altro nella tecnologia dei processi produttivi, nell'ingegneria automobilistica, nei prodotti per l'igiene e nella posateria<sup>(38)</sup>.

(69) In decisioni precedenti, la Commissione ha stabilito che vi sono mercati rilevanti distinti per i prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati rispettivamente a caldo ed a freddo<sup>(39)</sup>. Le parti fanno notare che le differenze tra prodotti in acciaio inossidabile laminati a caldo oppure a freddo tendono ad attenuarsi in seguito agli sviluppi tecnici realizzati dal settore industriale dell'acciaio inossidabile, ma riconoscono che l'area di sovrapposizione tra acciaio inossidabile laminato a caldo e laminato a freddo rimane tuttora limitata.

**i) Prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a caldo**

(70) Come nel caso dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo, la Commissione ha concluso che, in considerazione dell'elevato grado di sostituibilità, a livello dell'offerta, tra nastri larghi, nastri stretti e lamiera

laminati a caldo, tutti i prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a caldo (escluse le lamiere quarto) fanno parte del medesimo mercato rilevante dei prodotti.

**ii) Prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a freddo**

(71) I prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a freddo (nastri e lamiera) sono ottenuti mediante laminazione a freddo di nastro laminato a caldo e costituiscono un mercato distinto di prodotti, perché differiscono dai prodotti piatti laminati a caldo in termini di caratteristiche (in particolare la finitura della superficie), utilizzo e prezzo<sup>(40)</sup>. I prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a freddo sono utilizzati in un'ampia gamma di settori industriali che richiedono<sup>(41)</sup>: 1) resistenza al calore, alla ruggine e agli acidi (corrosione); 2) la qualità strutturale basilare dell'acciaio, come l'idoneità all'imbutitura profonda/la saldabilità; 3) superficie altamente sviluppata, così da ottenere levigatezza e buona presentazione estetica.

(72) Inoltre, il nastro laminato a freddo di larghezza inferiore a 500 mm rientra nel campo di applicazione del trattato CE, mentre quello di larghezza superiore a 500 mm rientra nell'ambito del trattato CECA<sup>(42)</sup>. Questa distinzione, tuttavia, non ha più senso, poiché i moderni laminatoi a freddo possono produrre un'ampia gamma di larghezze, superiori e inferiori a 500 mm, e larghezze inferiori si possono ottenere anche tagliando longitudinalmente il materiale più largo. La Commissione ritiene quindi che la distinzione sia artificiosa e che tutto il nastro in acciaio inossidabile laminato a freddo appartenga ad un unico mercato<sup>(43)</sup>.

**h) Conclusioni**

(73) La Commissione conclude quindi che le seguenti categorie costituiscono i mercati rilevanti dei prodotti di cui tener conto per la valutazione in termini di concorrenza dell'operazione notificata:

- 1) Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo;
- 2) Lamiera quarto;
- 3) Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo;
- 4) Lamiera magnetiche a grani non orientati;
- 5) Acciaio zincato;

<sup>(37)</sup> Caso COMP/M.1663 — Alcan/Alussuisse.

<sup>(38)</sup> Caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield.

<sup>(39)</sup> Caso IV/M:239 — Avesta I. Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST. Caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield.

<sup>(40)</sup> Caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield. Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johnson.

<sup>(41)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

<sup>(42)</sup> Allegato I del trattato CECA.

<sup>(43)</sup> Caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield. Caso IV/M:239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johnson. Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST. Caso IV/M.1203 — Usinor/Finaverdi.

- 6) Acciaio al carbonio a rivestimento organico;
- 7) Acciaio per imballaggi o, in alternativa, mercati distinti per a) acciaio per contenitori di bibite e b) acciaio per contenitori per altri usi;
- 8) Prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a caldo;
- 9) Prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a freddo.

### 3. DISTRIBUZIONE DELL'ACCIAIO

#### a) *Distinzione tra distribuzione di acciaio e produzione e vendite dirette di acciaio*

(74) Le parti ritengono che la distribuzione sia un mercato distinto dalla produzione di acciaio e dalle vendite dirette dai produttori ai consumatori. La Commissione ha ritenuto in casi precedenti che le attività di distribuzione dell'acciaio costituiscano un mercato distinto dei prodotti<sup>(44)</sup>. La distribuzione dei prodotti in acciaio può essere distinta dalla produzione e dalle vendite dirette di prodotti in acciaio per una serie di fattori<sup>(45)</sup>:

- 1) la diversità dei clienti: i clienti che acquistano prodotti in acciaio attraverso i canali della distribuzione sono in genere diversi, con esigenze diverse, rispetto ai tipi di clienti delle vendite dirette;
- 2) il volume inferiore delle ordinazioni: mentre le vendite presso gli stabilimenti si misurano normalmente in decine di tonnellate, le vendite dei centri di servizi siderurgici si misurano in tonnellate e le vendite dei grossisti normalmente in centinaia di chilogrammi;
- 3) la capacità dei distributori di soddisfare in tempi rapidi le esigenze dei clienti: i tempi di consegna dagli stabilimenti siderurgici si misurano di solito in settimane, se non in mesi, mentre i grossisti lavorano in termini di ore o di giorni ed i centri di servizi siderurgici offrono di norma consegne puntuali, con impegno per un determinato giorno o addirittura, per una determinata fascia oraria;

- 4) il carattere locale dell'attività: gli operatori della distribuzione servono in genere clienti entro una limitata distanza dalla loro sede;
- 5) l'elevato numero d'impresie attive nel settore: dai distributori integrati di proprietà delle imprese siderurgiche sino alle piccole ditte indipendenti.

(75) Inoltre, la Commissione ha concluso che le attività di distribuzione hanno caratteristiche imprenditoriali a pieno titolo, non di agenzie di vendita<sup>(46)</sup>, il che è evidenziato anche dal fatto che sono attivi nella Comunità numerosi distributori di acciaio indipendenti (non integrati). Infatti, sebbene molti produttori di acciaio dispongano di attività di distribuzione di loro proprietà totale o parziale, vi è un settore indipendente costituito da un elevato numero d'impresie di diverse dimensioni e potere finanziario, dalle piccole imprese familiari alle affiliate di grandi imprese industriali<sup>(47)</sup>.

#### b) *Distinzione tra diversi canali di distribuzione dell'acciaio*

(76) Le parti sostengono che la distribuzione dell'acciaio va ulteriormente suddivisa in tre diversi mercati: 1) centri di servizi siderurgici; 2) grossisti di prodotti siderurgici; 3) centri di ossitaglio. Tali definizioni dei mercati corrispondono a precedenti decisioni della Commissione<sup>(48)</sup> e sono state ampiamente confermate dall'indagine di mercato. Questi canali di distribuzione saranno ancora suddivisi secondo i gruppi di prodotti venduti.

##### i) *Centri di servizi siderurgici*

(77) I centri di servizi siderurgici acquistano dai produttori di acciaio prodotti laminati in nastri, che poi tagliano e sagomano secondo le esigenze dei clienti<sup>(49)</sup>. Tra i loro clienti vi sono i principali consumatori, quali i costruttori di autoveicoli e di elettrodomestici, i grossisti e clienti di ogni entità.

(78) I centri di servizi siderurgici sono attivi soltanto nel settore dei prodotti piatti, in acciaio al carbonio e in acciaio inossidabile. In conformità di precedenti decisioni della Commissione<sup>(50)</sup>, nella presente decisione si

<sup>(44)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/CECA.1264 — Aceralia/Aristrain. Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen. Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aceralia. Caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield. Caso IV/M.73 — Usinor/ASD. Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johson. Caso IV/M.0503 — British Steel/Svensk Stal/NSD. Caso IV/M.578 — Hoogovens/Klöckner & Co. Caso IV/M.971 — Klöckner/Comercial de Laminados. Caso IV/M.918 — Klöckner/ODS. Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST. Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/M.504 — Avesta (III).

<sup>(45)</sup> Caso IV/M.971 — Klöckner/Comercial de Laminados. Caso IV/M.918 — Klöckner/ODS.

<sup>(46)</sup> Caso IV/M.578 — Hoogovens/Klöckner & Co.

<sup>(47)</sup> Caso IV/M.971 — Klöckner/Comercial de Laminados. Caso IV/M.918 — Klöckner/ODS.

<sup>(48)</sup> Caso IV/M.918 — Klöckner/ODS. Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/M.0971 — Klöckner/Comercial de Laminados.

<sup>(49)</sup> Caso IV/M.971 — Klöckner/Comercial de Laminados.

<sup>(50)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. La distribuzione di prodotti in acciaio inossidabile è stata esaminata dalla Commissione, tra l'altro, nelle seguenti decisioni: Caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield; Caso IV/M.504 — Avesta (III); Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST; Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johson.

distinguerà tra i mercati di distribuzione dell'acciaio al carbonio e dell'acciaio inossidabile. Tale distinzione è stata confermata dalle parti notificanti, che hanno sostenuto che i canali di distribuzione per i prodotti piatti in acciaio al carbonio e in acciaio inossidabile sono diversi. Le attività delle parti si sovrappongono soltanto per i prodotti in acciaio al carbonio e non per l'acciaio inossidabile (tranne in Germania, dove la loro quota di mercato combinata è del [ $< 15\%$ ]).\*

## ii) Grossisti di prodotti siderurgici

(79) I grossisti svolgono la tradizionale funzione di acquistare grandi volumi dai produttori e rivendere in quantità più ridotte<sup>(51)</sup>. In particolare, l'attività dei grossisti di prodotti siderurgici consiste nel detenere un'ampia gamma di prodotti in acciaio in località idonee per fornire principalmente, ma non esclusivamente, a clienti di piccole e medie dimensioni quantitativi di acciaio non abbastanza consistenti da consentire di trattare direttamente con i produttori o con i centri di servizi siderurgici<sup>(52)</sup>. Inoltre, i grossisti dispongono di acciaio per la consegna diretta e possono quindi fornire un servizio non offerto dai produttori. I grossisti hanno inoltre sviluppato infrastrutture per la lavorazione interna, per aggiungere valore e migliorare il servizio ai clienti<sup>(53)</sup>. Le lavorazioni comprendono il taglio dei nastri in larghezza o in lunghezza, la trancitura e la levigatura.

(80) Le attività dei grossisti si estendono su quasi l'intera gamma di prodotti in acciaio<sup>(54)</sup>. Come nel caso dei centri di servizi siderurgici, si effettuerà una segmentazione tra la distribuzione dei prodotti in acciaio al carbonio e in acciaio inossidabile. Le attività delle parti notificanti che si sovrappongono tra loro riguardano soltanto i prodotti in acciaio al carbonio. Inoltre, ai fini della valutazione, nella presente decisione si distingue tra le due categorie di prodotti in acciaio al carbonio, ossia a) i prodotti piatti e b) i prodotti lunghi. Tale distinzione per tipi di prodotti distribuiti corrisponde a una precedente decisione della Commissione<sup>(55)</sup>.

(81) Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti contestano la segmentazione del mercato rilevante della distribuzione all'ingrosso tra prodotti piatti e prodotti lunghi in acciaio al carbonio e sostengono che il mercato rilevante è l'intero mercato della distribuzione all'ingrosso, senza distinzione tra prodotti piatti e prodotti lunghi, adducendo le seguenti argomentazioni: 1) la distribuzione all'ingrosso è un servizio orientato al

cliente, caratterizzato da una base di clienti molto frammentata; di conseguenza, per soddisfare la domanda dei clienti, molti grossisti devono detenere la maggior parte dei gruppi di prodotti in acciaio; 2) vi è un elevato livello di sostituibilità a livello dell'offerta e non vi sono barriere che impediscano a un grossista in prodotti piatti di fornire prodotti lunghi e viceversa.

(82) Nonostante le argomentazioni delle parti, in particolare il fatto che vari grossisti sono attivi su entrambi i mercati dei prodotti piatti e dei prodotti lunghi in acciaio al carbonio, la definizione dei mercati rilevanti dei prodotti deve tener conto delle diverse caratteristiche della domanda di ciascun tipo di prodotto e delle differenze nei prezzi medi. I prodotti piatti in acciaio al carbonio hanno clienti diversi da quelli dei prodotti lunghi in acciaio al carbonio e hanno anche caratteristiche particolari riguardo ai rispettivi canali di distribuzione (i centri di servizi siderurgici trattano solo prodotti piatti e non prodotti lunghi).

(83) Di conseguenza, la Commissione ritiene che i mercati rilevanti dei prodotti siano i seguenti: 1) distribuzione di prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite grossisti; 2) distribuzione di prodotti lunghi in acciaio al carbonio tramite grossisti; 3) distribuzione di prodotti in acciaio inossidabile tramite grossisti.

## iii) Centri di ossitaglio

(84) I centri di ossitaglio trattano un prodotto specifico, le lamiere quarto dello spessore da 8 mm a 600 mm, il quale richiede un'attrezzatura specifica, molto precisa e potente, per la finitura (cannello ossidrico)<sup>(56)</sup>. I centri di ossitaglio lavorano in stretta relazione con i clienti e trattano piccole quantitativi di acciaio, che vengono tagliati secondo le indicazioni dei clienti.

(85) La Commissione ha concluso in passato che le attività di ossitaglio costituiscono un mercato distinto<sup>(57)</sup>, conclusione ampiamente confermata dall'indagine di mercato.

## c) Conclusione

(86) La Commissione conclude quindi che le seguenti categorie costituiscono i mercati rilevanti dei prodotti di cui si dovrà tener conto per la valutazione in termini di concorrenza dell'operazione notificata:

1) Distribuzione di prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite centri di servizi siderurgici;

<sup>(51)</sup> Caso IV/M.503 — British Steel/Svensk Stal/NSD.

<sup>(52)</sup> Caso IV/M.971 — Klöckner/Comercial de Laminados. Caso IV/M.918 — Klöckner/ODS.

<sup>(53)</sup> Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johson.

<sup>(54)</sup> Caso IV/M.73 — Usinor/ASD.

<sup>(55)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(56)</sup> Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(57)</sup> Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre.

- 2) Distribuzione di prodotti piatti in acciaio inossidabile tramite centri di servizi siderurgici;
- 3) Distribuzione di prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite grossisti;
- 4) Distribuzione di prodotti lunghi in acciaio al carbonio tramite grossisti;
- 5) Distribuzione di prodotti in acciaio inossidabile tramite grossisti;
- 6) Distribuzione di lamiere quarto tramite centri di ossitaglio.

### C. MERCATI GEOGRAFICI RILEVANTI

#### 1. PRODOTTI IN ACCIAIO

##### a) **Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo**

- (87) Le parti sostengono che il mercato geografico rilevante di tutti i prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo (comprese le lamiere quarto) ha almeno dimensioni comunitarie, ma suggeriscono che potrebbe essere anche più ampio.
- (88) In decisioni precedenti la Commissione ha stabilito che il mercato rilevante dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo comprende almeno il territorio della Comunità<sup>(58)</sup>. Benché in passato le capacità di produzione di prodotti in acciaio laminati a caldo appartenessero nella maggior parte degli Stati membri ad un'unica impresa siderurgica (nazionale), che di norma deteneva le massime quote di fornitura sul mercato nazionale, i produttori di acciaio si sono da tempo introdotti sui mercati nazionali dei concorrenti, ottenendo considerevoli quote di mercato<sup>(59)</sup>. Attualmente, i grandi produttori di acciaio sono attivi in quasi tutti gli Stati membri, con forniture dirette ai clienti finali e tramite centri di distribuzione affiliati. Del resto, i costi di trasporto all'interno della Comunità non sono ingenti, non vi sono barriere doganali o di altro tipo che si frappongano all'ingresso e le preferenze dei clienti non costituiscono un fattore importante, poiché i prodotti sono per la maggior parte omogenei (prodotti di base).
- (89) L'esatta definizione del mercato può essere lasciata aperta ai fini della presente decisione, poiché anche secondo la definizione più ristretta del mercato geografico la concentrazione proposta non suscita gravi preoccupazioni in termini di concorrenza su questo mercato.

<sup>(58)</sup> Caso IV/CECA.1264 — Aeralia/Aristrain. Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen.

<sup>(59)</sup> Caso IV/CECA.1243 — Krupp Hoesch/Thyssen.

##### b) **Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo**

- (90) Le parti sostengono che il mercato geografico rilevante per la fabbricazione di prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo è almeno l'Europa occidentale, ossia la Comunità e l'EFTA, suggerendo anche in questo caso che esso potrebbe essere ancora più ampio. Le parti fanno notare l'entità delle importazioni di prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo nel 2000 (quasi il 18 %, secondo le parti) e i dati figuranti in una relazione presentata dai consulenti economici delle parti, secondo cui, in base ad analisi econometrica, il prezzo relativo delle importazioni influisce in misura considerevole sulla penetrazione delle importazioni nella Comunità.

- (91) In casi precedenti la Commissione ha stabilito che il mercato geografico rilevante dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo è almeno l'Europa occidentale, ossia la Comunità e l'EFTA<sup>(60)</sup>. Le indagini effettuate per il presente caso tendono ad indicare che la dimensione del mercato non supera l'Europa occidentale. In ogni modo, la definizione precisa del mercato può essere lasciata aperta, poiché la concentrazione proposta non conferirà all'entità in tal modo costituita il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza stabilite nel trattato CECA, indipendentemente dall'esatta definizione del mercato geografico.

##### c) **Lamiere magnetiche a grani non orientati**

- (92) Le parti sostengono che il mercato geografico rilevante delle lamiere magnetiche a grani non orientati è l'Europa occidentale. La definizione proposta corrisponde alle precedenti decisioni della Commissione<sup>(61)</sup> ed è stata ampiamente confermata dall'indagine di mercato.

##### d) **Prodotti in acciaio al carbonio rivestiti**

- (93) Le parti sostengono che il mercato geografico rilevante dell'acciaio zincato e dell'acciaio a rivestimento organico è almeno di dimensione comunitaria, se non più ampio. La Commissione ha concluso in passato che i mercati dell'acciaio zincato a immersione a caldo e degli altri prodotti rivestiti hanno ampiezza comunitaria<sup>(62)</sup>. I costi di trasporto all'interno della Comunità non sono ingenti (costituiscono, per esempio, meno del 5 % del valore finale dell'acciaio a rivestimento organico) ed una

<sup>(60)</sup> Poiché non si disponeva di dati riguardanti l'Europa occidentale, l'analisi è stata condotta utilizzando i dati relativi all'UE. Ciò non cambia il risultato dell'indagine, considerata la scarsa incidenza dei paesi EFTA sul mercato complessivo dell'Europa occidentale.

<sup>(61)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

<sup>(62)</sup> Caso IV/CECA.1269 — Sollac/Aeralia/Solmed. Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/CECA.1237 — Arbed/Aeralia.

parte sostanziale dell'acciaio zincato (il 40-50 %) e dell'acciaio a rivestimento organico (oltre il 30 %) è venduta sui mercati di altri paesi all'interno dell'UE.

- (94) Il mercato geografico rilevante non si estende, tuttavia, oltre la Comunità. Le parti hanno dichiarato che le importazioni dai paesi terzi sono aumentate negli ultimi anni. Nondimeno, tali importazioni riguardano tuttora volumi relativamente bassi e variano di molto a seconda dei prodotti: 6-9 % per l'acciaio zincato e 6 % per l'acciaio a rivestimento organico nel 1999-2000. Inoltre, l'indagine di mercato ha rivelato che, a giudizio di vari clienti, i produttori di acciaio al di fuori della Comunità non sono in grado attualmente di soddisfare le esigenze dei clienti nella Comunità in termini di qualità, affidabilità e servizi. La Commissione conclude quindi, in conformità delle sue precedenti decisioni, che i mercati dei prodotti in acciaio al carbonio rivestiti comprendono il territorio della Comunità.

#### e) **Acciaio per imballaggi**

- (95) Le parti sostengono che il mercato geografico rilevante dell'acciaio per imballaggi è almeno di dimensione comunitaria. La Commissione ha concluso in passato che il mercato ha dimensione comunitaria<sup>(63)</sup>. I flussi commerciali intracomunitari sono considerevoli (circa il 40 %) e i costi di trasporto non sono particolarmente elevati (3-4 %).
- (96) Allo stesso modo, l'indagine di mercato ha confermato che il mercato rilevante è la Comunità. Nel 2000 le importazioni hanno costituito circa il 10 % del totale dell'acciaio per imballaggi e consistevano per la maggior parte in contenitori non per bibite (in pratica non vi sono state importazioni di acciaio per contenitori di bibite).

#### f) **Prodotti piatti in acciaio inossidabile**

- (97) Le parti sostengono che il mercato geografico rilevante dei prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a caldo e laminati a freddo è almeno l'Europa occidentale, ossia la Comunità e l'EFTA. Tuttavia, le parti fanno notare che il mercato sta sviluppandosi verso dimensioni mondiali, in seguito all'ingente entità dei flussi commerciali transcontinentali, al livellamento del commercio e alle condizioni di concorrenza su scala mondiale, alla tendenza globale dei prezzi e al livello non elevato dei costi di trasporto.
- (98) In passato la Commissione ha definito come mercato rilevante l'Europa occidentale<sup>(64)</sup>. Le importazioni da paesi terzi, anche se aumentate negli ultimi anni, costi-

tuiscono ancora meno dell'8 % per i prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a caldo e del 6 % per i prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a freddo. In ogni modo, la questione può rimanere aperta, poiché l'operazione in oggetto non suscita gravi preoccupazioni in termini di concorrenza, neanche assumendo per il mercato la definizione più ristretta possibile.

#### 2. DISTRIBUZIONE DELL'ACCIAIO

- (99) Le parti sostengono che i mercati geografici della distribuzione dell'acciaio sono nazionali o regionali e devono essere determinati caso per caso, tenendo conto, tra l'altro, dei seguenti fattori: 1) il valore del materiale trattato; 2) il valore aggiunto dal servizio; 3) l'ubicazione geografica dei concorrenti; 4) i tempi di consegna; 5) i costi di trasporto.
- (100) In particolare, le parti considerano rilevanti ai fini dell'operazione in oggetto i seguenti mercati:
- 1) Francia;
  - 2) Benelux e la parte confinante nordoccidentale della Germania (Renania Settentrionale-Vestfalia);
  - 3) Spagna e Portogallo;
  - 4) Regno Unito e Irlanda.
- (101) In decisioni precedenti<sup>(65)</sup>, la Commissione ha concluso che l'area geografica servita da un singolo grossista è determinata dai costi di trasporto e dai tempi di consegna. Poiché il valore aggiunto dalle imprese di distribuzione dell'acciaio è relativamente basso, i costi di trasporto costituiscono una grave costrizione per la capacità di un'impresa di distribuzione di porsi in concorrenza sulle lunghe distanze<sup>(66)</sup>. In particolare, l'indagine di mercato indica che la clientela dei centri di distribuzione si trova in genere entro un raggio di circa 200-250 km. La distribuzione è quindi essenzialmente un'attività regionale. L'ampiezza della regione, che può comprendere uno o più Stati membri, dipende da vari fattori, tra i quali le dimensioni dello Stato membro, il tipo e il valore dei prodotti venduti e l'ubicazione geografica dei concorrenti<sup>(67)</sup>.
- (102) Di conseguenza, in decisioni precedenti la Commissione ha stabilito che le attività dei distributori di acciaio sono di norma confinate entro un singolo Stato membro e

<sup>(63)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(64)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST. Caso IV/M.239 — Avesta/British Steel/NCC/AGA/Axel Johnson.

<sup>(65)</sup> Caso IV/M.503 — British Steel/Svensk Stal/NSD.

<sup>(66)</sup> Caso IV/M.760 — Klöckner/ARUS.

<sup>(67)</sup> Caso IV/M.0918 — Klöckner/ODS.

che le operazioni transfrontaliere dei grossisti, dei centri di servizi siderurgici e dei centri di ossitaglio sono limitate <sup>(68)</sup>. L'indagine della Commissione nel presente caso ha rilevato alcuni flussi commerciali transfrontalieri tra aree confinanti, ma un numero elevato di vendite sono realizzate nel paese in cui hanno sede e il centro di distribuzione e il cliente.

(103) Come indicato dalle parti notificanti sul formulario CO, la Francia è già stata considerata il mercato geografico rilevante per la distribuzione dell'acciaio tramite i centri di servizi siderurgici, i grossisti <sup>(69)</sup> ed i centri di ossitaglio <sup>(70)</sup>. L'indagine di mercato ha confermato che le vendite transfrontaliere tra la Francia e i paesi confinanti sono limitate.

(104) Le parti ritengono che il mercato geografico rilevante sia l'area comprendente il Benelux e la parte nordoccidentale della Germania (Renania Settentrionale-Vestfalia), per i seguenti motivi: 1) assenza di barriere commerciali; 2) similarità dei prezzi applicati in tale area; 3) esistenza di considerevoli flussi transfrontalieri di prodotti. In passato, la Commissione ha riconosciuto come rilevante il mercato comprendente i Paesi Bassi, il Belgio e la parte nordoccidentale della Germania <sup>(71)</sup>. L'indagine di mercato ha confermato l'esistenza di cospicui flussi commerciali transfrontalieri in quest'area. In particolare, le diverse reti di distribuzione riforniscono i clienti in tale area in base all'ubicazione geografica dei loro punti di distribuzione: per esempio, le parti hanno concentrato i loro principali centri di servizi siderurgici di quest'area in Belgio e da lì possono rifornire in modo efficace ed economico i clienti in Lussemburgo, nei Paesi Bassi e nella parte rilevante della Germania. Infatti, una considerevole percentuale delle vendite effettuate dai centri siti in Belgio dei servizi siderurgici delle parti notificanti era destinata a clienti dei paesi suddetti. Per quanto riguarda poi le attività dei grossisti, le parti hanno effettuato vendite ai clienti belgi nella percentuale del [20-30 %]\* tramite i loro grossisti olandesi, ai clienti olandesi nella percentuale del [30-40 %]\* tramite i grossisti belgi e ai clienti della Renania Settentrionale-Vestfalia nella percentuale del [40-50 %]\* tramite i grossisti del Benelux. Infine, l'indagine di mercato conferma che i prezzi applicati in tutta quest'area sono molto simili.

(105) Le parti sostengono inoltre che la Spagna e il Portogallo costituiscono insieme un mercato geografico rilevante. L'indagine di mercato ha confermato l'esistenza di vendite transfrontaliere, normalmente dalla Spagna al Porto-

gallo. Il mercato geografico rilevante sembra essere quindi la penisola iberica. In ogni modo, la determinazione esatta del mercato geografico rilevante (ossia l'esistenza per questi due paesi di un mercato unico oppure di mercati distinti) può rimanere aperta, poiché le preoccupazioni in termini di concorrenza nella valutazione dell'operazione in oggetto rimarrebbero immutate indipendentemente dall'una o l'altra definizione geografica.

(106) Infine, le parti sostengono che il Regno Unito e l'Irlanda costituiscono un unico mercato geografico rilevante, in quanto i costi di trasporto, che costituiscono una grave costrizione per i centri di servizi siderurgici, limitano in misura considerevole le importazioni da altri paesi. La determinazione esatta del mercato geografico rilevante può tuttavia anche in questo caso rimanere aperta, poiché neanche con la definizione alternativa (ossia mercati nazionali distinti per il Regno Unito e l'Irlanda) l'operazione in oggetto suscita preoccupazioni in termini di concorrenza.

(107) La Commissione conclude quindi che i mercati geografici rilevanti per la valutazione dell'operazione notificata sono i seguenti:

- 1) Francia;
- 2) Benelux e parte nordoccidentale confinante della Germania (Renania Settentrionale-Vestfalia);
- 3) area comprendente Spagna e Portogallo o, in alternativa, mercati rilevanti distinti per ciascuno dei due paesi;
- 4) area comprendente Regno Unito e Irlanda o, in alternativa, mercati rilevanti distinti per ciascuno dei due paesi.

#### D. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELLA CONCORRENZA

##### 1. PRODOTTI IN ACCIAIO

###### 1. *Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo*

(108) Nel punto riguardante la definizione del mercato dei prodotti già si è detto che solo una parte limitata dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo viene venduta per essere utilizzata in tale forma: oltre metà della produzione, infatti, subisce una lavorazione successiva mediante laminazione a freddo. Come figura nella tabella 4, la produzione di prodotti laminati a caldo nella Comunità ammonta a circa 75 milioni di tonnellate, di cui solo 29 milioni sono vendute in forma di nastri larghi, nastri stretti o lamiere laminati a caldo (le lamiere quarto saranno trattate a parte).

<sup>(68)</sup> Caso IV/M.760 — Klöckner/ARUS. Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(69)</sup> Caso IV/CECA.1268 — Usinor/Cockerill Sambre. Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(70)</sup> Caso IV/M.1329 — Usinor/Cockerill Sambre.

<sup>(71)</sup> Caso IV/M.578 — Hoogovens/Klöckner.



TABELLA 4

**Produzione e vendite di prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo nella Comunità**

(in kilotonnellate)

Anno	Produzione totale	Vendite totali
2000	n.d.	29 269
1999	74 934	29 064
1998	73 751	28 457
1997	74 746	27 105

Fonte: le parti.

- (109) Newco avrà una quota considerevole della capacità di produzione di prodotti laminati a caldo nella Comunità ([35-40 %]\* nel 1997-1999). Tuttavia, per la sua natura integrata, una parte sostanziale di tale produzione è utilizzata internamente per la produzione a valle.

**Struttura del mercato**

- (110) Secondo la definizione più ristretta possibile del mercato rilevante dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo, ossia il mercato di dimensione comunitaria, la quota di mercato combinata detenuta dalle parti in termini al tempo stesso di totale delle vendite e di vendite «merchant» (non vincolate, ossia le vendite a terzi) ha raggiunto il [25-35 %]\* nel 1997-2000 (cfr. tabella 5).

TABELLA 5

**Vendite combinate delle parti di prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo**

	Totale delle vendite		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
2000	[...]*	[25-30]*	[...]*	n.d.
1999	[...]*	[30-35]*	[...]*	[25-30]*
1998	[...]*	[25-30]*	[...]*	[25-30]*
1997	[...]*	[25-30]*	[...]*	[25-30]*

Fonte: le parti.

- (111) In particolare, nel 2000 sono stati venduti sul mercato comunitario prodotti piatti laminati a caldo per il totale di 29,2 milioni di tonnellate. Su questo totale, il totale delle vendite di Usinor è stato di [...]\* milioni di tonnellate ([15-20 %]\* del mercato) e quello di Arbed/Aceralia di [...]\* milioni ([10-15 %]\*). La cifra combinata ([...]\* milioni di tonnellate) costituisce il [25-30 %]\* del totale delle vendite effettuate nella Comunità nel 2000. Nel 1999 la quota combinata del mercato comunitario detenuta dalle parti in termini di totale delle vendite è stata del [30-35 %]\*.

- (112) Per quanto riguarda le vendite merchant, nel 2000 il totale di Usinor è stato di [...]\* milioni e quello di Arbed/Aceralia di [...]\* milioni. Come figura nella tabella 6, nel 1999 le vendite merchant effettuate dalle parti notificanti sono state in totale rispettivamente di [...]\* e [...]\* milioni di tonnellate, pari ad una quota combinata di mercato del [25-30 %]\* ([10-15 %]\* + [10-15 %]\*).

TABELLA 6

**Quota delle vendite comunitarie di prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo nel 1999**

Impresa	Vendite complessive		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
Usinor	[...]*	[15-20]*	[...]*	[10-15]*
Arbed/Aceralia	[...]*	[10-15]*	[...]*	[10-15]*
Newco	[...]*	[30-35]*	[...]*	[25-30]*
Corus	[...]*	[10-15]*	[...]*	[10-15]*
TKS	[...]*	[10-15]*	[...]*	[15-20]*
Riva	[...]*	< 10]*	[...]*	< 10]*
Voest-Alpine	[...]*	< 5]*	[...]*	< 40]*
Salzgitter	[...]*	< 5]*		
SSAB	[...]*	< 5]*		
Rautaruukki	[...]*	< 5]*		
Altre	[...]*	< 5]*		
Importazioni da paesi terzi	4 009	13,8		
Totale	29 064	100	[...]*	100

Fonte: le parti.

- (113) Le tre principali concorrenti di Newco sul mercato dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo sono Corus (quota di mercato del [10-15 %]\* sul totale delle vendite e del [10-15 %]\* sulle vendite merchant nel 1999), TKS (rispettivamente [10-15 %]\* e [15-20]\*) e Riva (< 10 % e < 10 %). Sono attivi su questo mercato anche produttori europei di secondo livello: Voest-Alpine (< 5 % del totale delle vendite), Salzgitter (< 5 %), SSAB (< 5 %) e Rautaruukki (< 5 %). Le importazioni da paesi terzi sono aumentate negli ultimi anni, sino a costituire nel 2000 circa il [15-20 %]\*.

- (114) Questa struttura di mercato non suscita gravi preoccupazioni in termini di concorrenza in seguito alla concentrazione, né 1) per la possibilità che Newco possa ostacolare unilateralmente una concorrenza effettiva o eludere le regole di concorrenza, né 2) per un parallelo comportamento anticoncorrenziale da parte dei principali produttori. In particolare, è improbabile che Newco sia in grado di aumentare i prezzi unilateralmente sull'intera gamma dei prodotti piatti laminati a caldo.

## Importazioni

- (115) Il mercato dell'acciaio al carbonio laminato a caldo è caratterizzato da un elevato livello d'importazioni: 16,3 % nel 2000, 13,8 % nel 1999 e 17,5 % nel 1998. La maggior parte dell'acciaio al carbonio laminato a caldo consumato nel SEE è a livello di prodotto di base, e quindi le importazioni dai paesi terzi non sembrano risentire di svantaggi qualitativi.

## Conclusione

- (116) Tenuto conto di tali considerazioni, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata non conferirà alle parti il potere d'impedire un'effettiva concorrenza né di eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA per quanto riguarda il mercato dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a caldo.

## 2. Lamiera quarto

### Struttura del mercato

- (117) Nel 2000 il mercato delle lamiere quarto ha trattato in totale 7,8 milioni di tonnellate. La quota di Usinor sul totale delle vendite (comprese le vendite vincolate) è stata di [...] milioni di tonnellate ([15-20]%) e quella di Arbed/Aceralia di [...] milioni di tonnellate ([5-10]%). La loro quota combinata di mercato nel 2000 è stata quindi del [20-25]%, il che rappresenta un lieve aumento rispetto al [20-25]% registrato nel 1999. Come figura nella tabella 7, la quota del mercato merchant (le vendite a terzi) detenuta dalle parti si è attestata nel 1999 al [20-25]% (Usinor: [15-20]%; Arbed/Aceralia: [5-10]%), il che corrisponde all'incirca alla quota di mercato relativa al totale delle vendite di quell'anno ([20-25]%).

TABELLA 7

### Vendite combinate di lamiera quarto effettuate dalle parti

	Totale delle vendite		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
2000	[...]*	[20-25]*	[...]*	n.d.
1999	[...]*	[20-25]*	[...]*	[20-25]*
1998	[...]*	[15-20]*	[...]*	[20-25]*
1997	[...]*	[20-25]*	[...]*	[20-25]*

Fonte: le parti.

- (118) Nel 1999, sul totale delle vendite Corus deteneva una quota di mercato del [5-10]%, Rautaruukki del [5-10]%, Riva del [5-10]%, Salzgitter del [5-10]% e TKS del [5-10]%. Pur situandosi a distanza considerevole dalle sue concorrenti, Newco detiene tuttora una quota complessiva di mercato moderata, pari soltanto a circa un quinto del mercato.

## Utilizzo della capacità produttiva

- (119) Il tasso di utilizzo della capacità produttiva nella Comunità nel 1999 è stato del 68 %, il che indica che le imprese concorrenti dispongono di sufficiente capacità di scorta per aumentare la produzione e le vendite, se Newco decidesse di aumentare i prezzi unilateralmente. Le concorrenti possono quindi agire come fornitrici alternative credibili e condizionare in tal modo il comportamento commerciale di Newco.

## Nuove presenze sul mercato

- (120) Le parti hanno riscontrato tre nuovi arrivi sul mercato negli ultimi cinque anni: a) Vitkowice, un'impresa ceca di laminazione a caldo, in qualità d'importatrice; b) Dufenco, con una capacità pianificata di 950 kilotonnellate; c) Marcegaglia.

## Importazioni

- (121) Su questo mercato le importazioni hanno costituito nel 1999 il 19,5 % e nel 2000 il 14,6 % delle vendite. Si tratta di tassi di penetrazione relativamente elevati, che riducono ancora il margine di cui dispone Newco per agire a titolo indipendente rispetto alle imprese concorrenti.

## Conclusione

- (122) In base a tale analisi, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata non conferirà alle parti il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA per quanto riguarda il mercato delle lamiere quarto.

## 3. Prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo

- (123) In precedenza (considerando 90 e 91), si è lasciata aperta la definizione esatta del mercato geografico dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo, indicando che la definizione più ristretta possibile era l'Europa occidentale. Ai fini della presente valutazione, si utilizzeranno dati relativi alla Comunità, poiché non sono disponibili dati esaurienti per il mercato complessivo dell'Europa occidentale. In ogni modo, la valutazione globale non cambierebbe prendendo in considerazione i dati riguardanti l'Europa occidentale, poiché il peso degli altri paesi (Norvegia, Svizzera, Liechtenstein, Islanda) è talmente modesto in termini relativi che la situazione complessiva dell'Europa occidentale non sarebbe sostanzialmente diversa da quella della Comunità.

- (124) Nel 2000 il mercato comunitario dei prodotti piatti laminati a freddo ha trattato in totale 13,1 milioni di tonnellate. Il totale delle vendite di Usinor è stato di [...] milioni di tonnellate ([15-20]% del mercato) e quello di Arbed/Aceralia di [...] milioni ([15-20]%). La cifra combinata ([...] milioni di tonnellate) si è atte-

stata nel 2000 al [35-40%]\* del totale delle vendite nella Comunità. Nel 1999 la quota combinata detenuta dalle parti sul mercato comunitario in termini di totale delle vendite è stata del 40 % (cfr. tabella 8).

TABELLA 8

**Vendite combinate di prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo effettuate dalle parti**

	Totale delle vendite		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
2000	[...]*	[35-40]*	[...]*	[...]*
1999	[...]*	[35-40]*	[...]*	[35-40]*
1998	[...]*	[35-40]*	[...]*	[35-40]*
1997	[...]*	[40-45]*	[...]*	[40-45]*

Fonte: le parti.

- (125) Circa [...]\* tonnellate sul suddetto totale di [...]\* milioni di tonnellate sono state vendute ad altre imprese all'interno dei gruppi Usinor e Arbed. La quota di mercato di Newco nelle vendite merchant (le vendite a terzi) è stata del [35-40%]\* nel 1999. Nella tabella 9 figurano le rispettive vendite e quote di mercato delle parti e delle imprese concorrenti sul totale delle vendite e sul mercato merchant nel 1999.

TABELLA 9

**Quota delle vendite nella Comunità di prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo nel 1999**

Impresa	Totale delle vendite		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
Usinor	[...]*	[15-20]*	[...]*	[15-20]*
Arbed/Aceralia	[...]*	[20-25]*	[...]*	[20-25]*
Newco	[...]*	[35-40]*	[...]*	[35-40]*
Corus	[...]*	[10-15]*	[...]*	[10-15]*
TKS	[...]*	[10-15]*	[...]*	[10-15]*
Riva	[...]*	[10-15]*	[...]*	[10-15]*
Voest-Alpine	[...]*	< 5	[...]*	[20-25]*
SSAB	[...]*	< 5		
Salzgitter	[...]*	< 5		
Altre	[...]*	[5-10]*		
Importazioni da paesi terzi	1 304	10,7		
Totale	12 170	100	[...]*	100

Fonte: le parti.

- (126) Riguardo alla probabile evoluzione del mercato, secondo le previsioni sugli effetti della concentrazione elaborate per le parti da un consulente indipendente, la quota di Newco sul mercato totale dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo sarà di circa il [35-40%]\* nel 2006.

- (127) Nella comunicazione degli addebiti, la Commissione ha ritenuto a titolo preliminare che l'operazione notificata avrebbe conferito alle parti il potere di aumentare i prezzi unilateralmente. La Commissione era giunta a questa conclusione in base ai seguenti elementi: a) le quote di mercato combinate particolarmente elevate detenute dalle parti e la loro grande distanza rispetto alle concorrenti più dirette; b) la limitata nuova capacità pianificata per gli anni successivi; c) l'improbabile ingresso sul mercato di nuovi operatori; d) l'assenza di pressione concorrenziale da parte di materiali alternativi; e) le insufficienti costrizioni concorrenziali derivanti dalle importazioni; f) l'impossibilità, soprattutto da parte dell'industria automobilistica, di cambiare fornitori nel breve e medio periodo; g) la forte posizione di Newco sui mercati a monte e a valle.

- (128) Nella loro risposta, le parti contestano le constatazioni della Commissione, sostenendo in sostanza quanto segue:

- negli ultimi anni le parti hanno perduto una sostanziale quota di mercato, attestandosi nel 2000 al [30-35%]\* sul totale delle vendite (rispetto alla quota iniziale del [40-45%]\* nel 1997),
- vi è sul mercato un margine sostanziale di capacità produttiva inutilizzata, che secondo le previsioni aumenterà in futuro. Inoltre, secondo i risultati di una relazione elaborata dai loro consulenti economici, le parti sostengono che — a causa degli elevati costi fissi — i produttori di acciaio si trovano sotto forte pressione a vendere la tonnellata «marginale». Per questo motivo, la minaccia che i clienti sottraggano volumi anche esigui dalle loro ordinazioni presso i fornitori è sufficiente per esercitare una notevole pressione sui prezzi,
- sul mercato dei prodotti piatti laminati a freddo si registrano importazioni consistenti, gran parte delle quali (il 68 %) provenienti dall'Europa centrale e orientale, dalla Turchia e dalla CSI. La capacità produttiva inutilizzata in questi paesi non sarà assorbita nel breve o medio periodo dalla domanda interna,
- le importazioni dai paesi suddetti non risentono di svantaggi qualitativi, poiché la vasta maggioranza dei prodotti piatti laminati a freddo consumati nel SEE è costituita da acciaio come prodotto di base,
- le importazioni esercitano una restrizione concorrenziale reale e duratura sul comportamento dei

produttori dei paesi interessati, anche senza impegni di vendite a lungo termine o reti di distribuzione,

- i clienti — per la loro forte concentrazione — sono in grado di esercitare un sostanziale potere di acquisto,
- l'integrazione verticale non privilegia Newco, poiché anche le imprese concorrenti sono integrate e la clientela di base è diversa nei vari mercati distinti.

In conclusione, le parti sostengono che le condizioni del mercato dei prodotti piatti laminati a freddo sono tali da garantire una concorrenza effettiva anche dopo la concentrazione.

(129) La Commissione ha esaminato attentamente le argomentazioni presentate dalle parti, tenendo conto in particolare di vari elementi decisivi per poter preservare la concorrenza, quali: a) un tasso elevato d'importazioni; b) la capacità produttiva inutilizzata sul mercato in oggetto.

(130) Anzitutto, come riportato nella tabella 10, le importazioni hanno raggiunto quasi il 18 % nel 2000, rispetto alla percentuale iniziale del 9,8 % nel 1997. È questo il massimo tasso d'importazione e di crescita delle importazioni su tutti i mercati dell'acciaio che hanno formato oggetto di attento esame nell'ambito del presente procedimento. L'aumento delle quote di mercato sembra essere avvenuto a spese delle parti, la cui quota di mercato combinata sul totale delle vendite è scesa da [40-45 %]\* nel 1997 al [30-35 %]\*. Le quote di mercato degli altri operatori presenti sul mercato sono rimaste stabili.

TABELLA 10

**Tassi delle importazioni sul mercato dei prodotti laminati a freddo**

(in %)

2000	1999	1998	1997
17,9	10,7	14,4	9,8

Fonte: formulario CO.

(131) Come fanno notare le parti, queste importazioni provengono principalmente dai paesi dell'Europa orientale, per cui è improbabile che i costi di trasporto siano sostanzialmente diversi da quelli all'interno della Comunità. In ogni modo, l'elevato livello delle importazioni e il loro forte incremento negli ultimi anni sembrano indicare che i prodotti piatti in acciaio laminati a freddo provenienti da fornitori di paesi terzi non sono ostacolati da svantaggi concorrenziali riguardanti la qualità, i prezzi o la logistica che possano impedirne l'ingresso sul mercato dell'Europa occidentale.

(132) Inoltre, come risulta dalle Tabelle 11 e 12, il mercato dei prodotti piatti laminati a freddo presenta uno dei tassi più elevati di capacità produttiva inutilizzata tra i mercati che hanno formato oggetto di attento esame nell'ambito del presente procedimento.

TABELLA 11

**Utilizzo della capacità nel 1999 (%)**

(in %)

	Usinor	Arbed/Aceralia	Intero settore
Prodotti laminati a caldo	[> 90]*	[> 90]*	90
Lamiere quarto	[70-80]*	[70-80]*	68
Prodotti laminati a freddo	[80-90]*	[80-90]*	76
Acciaio zincato	[> 90]*	[80-90]*	86
Acciaio a rivestimento organico	[80-90]*	[80-90]*	75
Acciaio inossidabile laminato a caldo	[> 90]*	[> 90]*	94
Acciaio inossidabile laminato a freddo	[> 90]*	[80-90]*	89

Fonte: notifica delle parti.

TABELLA 12

**Evoluzione dei tassi di utilizzo della capacità per i prodotti laminati a freddo**

(in %)

Impresa	1999	1998	1997
Usinor	[80-90]*	[80-90]*	[80-90]*
Arbed/Aceralia	[80-90]*	[70-80]*	[80-90]*
Newco	[80-90]*	[80-90]*	[80-90]*
Intero settore	79	79	78

Fonte: le parti e dati UE.

(133) Non si prevede che la capacità produttiva inutilizzata del mercato sarà assorbita da un aumento della domanda nei prossimi anni. Di fatto, il mercato delle vendite totali di prodotti laminati a freddo è cresciuto in misura modesta negli ultimi quattro anni (meno del 4 % tra il 1997 e il 2000) e il mercato delle vendite merchant è persino diminuito, poiché i clienti hanno spostato la domanda verso le lamiere zincate a caldo. Di conseguenza, l'attuale tasso di utilizzo della capacità produttiva dà spazio sufficiente alle imprese concorrenti nella Comunità per reagire ad aumenti di prezzo di Newco ampliando la produzione ed esercitando così su Newco una pressione concorrenziale. Ciò è tanto più vero in quanto il tasso di utilizzo della capacità produttiva nell'intero settore è inferiore a quello di Newco. Vi è un margine supplementare di capacità produttiva inutilizzata anche nell'Europa orientale, che è la principale fonte delle importazioni di prodotti piatti laminati a freddo.

(134) In ultima analisi, la Commissione conclude che, sebbene la struttura del mercato dopo la concentrazione suggerisca che Newco potrebbe avere il potere di agire a titolo indipendente rispetto alle sue concorrenti, essa dovrà far fronte alle pressioni concorrenziali esercitate dall'alto livello delle importazioni nella Comunità e, al momento di adottare le proprie decisioni strategiche, dovrà anche tener conto dell'esistenza nel settore di una sostanziale capacità produttiva inutilizzata. Le rimanenti imprese concorrenti (compresi gli importatori) saranno in grado di esercitare un effettivo influsso sul comportamento di Newco sul mercato.

### Conclusione

(135) Tali considerazioni hanno indotto la Commissione a concludere che la concentrazione proposta non conferirà alle parti il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA per quanto riguarda il mercato dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo.

## 4. Lamiere magnetiche a grani non orientati

### Struttura del mercato

(136) Nel 2000 il totale delle vendite sul mercato delle lamiere magnetiche a grani non orientati è stato di 1,4 milioni di tonnellate in Europa occidentale (i dati disponibili riguardano la Comunità, più Norvegia e Svizzera). Le vendite delle parti sono ammontate a [...] milioni di tonnellate: Usinor ha venduto [...] milioni di tonnellate e Arbed/Aceralia [...] milioni (comprese le vendite vincolate). La corrispondente quota di mercato è del [15-20]\* (Usinor [10-15]\*; Arbed/Aceralia [5-10]\*), in calo rispetto al [20-25]\* nel 1999.

TABELLA 13

#### Quota combinata delle parti per le lamiere magnetiche a grani non orientati nella Comunità + Norvegia e Svizzera

	Totale delle vendite		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
2000	[...]*	[15-20]*	[...]*	n.d.
1999	[...]*	[20-25]*	[...]*	n.d.
1998	[...]*	[20-25]*	[...]*	n.d.
1997	[...]*	[20-25]*	[...]*	n.d.

Fonte: le parti.

(137) TKS rimarrà l'impresa leader del mercato, con una quota del [35-40]\* nel 1999. Sono in forte posizione sul mercato anche Corus (quota di mercato [15-20]\*) e Voest-Alpine (quota di mercato [10-15]\*). Considerata

la posizione di forza delle concorrenti, si può escludere il rischio che Newco impedisca unilateralmente una concorrenza effettiva o eluda le regole di concorrenza.

(138) La Commissione ha concluso inoltre che la concentrazione proposta non crea né rafforza il rischio di un comportamento parallelo anticoncorrenziale sul mercato in oggetto. Le quote di mercato non sono simmetriche, ma variano in una gamma di oltre 20 punti percentuali, il che indica la mancanza di un interesse economico comune. TKS è nettamente l'impresa leader del mercato, in posizione molto superiore a quella delle concorrenti. Voest-Alpine è stata molto attiva, accrescendo la propria quota di mercato di quasi il 30 % negli ultimi anni (dal [10-15]\* nel 1997 al [10-15]\* nel 1999). Le importazioni hanno assorbito una quota di mercato di circa il 10 %, e le parti hanno indicato che è probabile un aumento di tale percentuale in futuro, per il ridursi dei costi di trasporto rispetto al prezzo totale del prodotto.

### Conclusione

(139) Su tale base, la Commissione ritiene che l'operazione di concentrazione proposta non susciterà preoccupazioni in termini di concorrenza sul mercato delle lamiere magnetiche a grani non orientati.

## 5. Acciaio zincato

(140) Nel 2000 il mercato comunitario dell'acciaio zincato ha trattato in totale 21,1 milioni di tonnellate. Il mercato ha registrato una crescita significativa negli ultimi anni: dal 1997, il tasso medio annuo di crescita è stato del 9-10 % (cfr. tabella 14).

TABELLA 14

#### Vendite di acciaio zincato nella Comunità

(in kilotonnellate)

Anno	Totale delle vendite	Vendite merchant
2000	21 136	n.d.
1999	18 492	[...]*
1998	17 840	[...]*
1997	15 850	[...]*

Fonte: le parti.

(141) Nel 2000 le parti hanno venduto [...] milioni di tonnellate (Usinor [...] milioni di tonnellate, Arbed/Aceralia [...] milioni di tonnellate), pari a circa il [40-45]\* del mercato totale. Tuttavia, circa [...] milioni di tonnellate sul totale suddetto sono state vendute ad altre imprese all'interno dei gruppi Usinor e Arbed. La quota

del mercato merchant (le vendite a terzi) detenuta dalle parti nel 1999 (i dati per il 2000 non sono disponibili) era di circa il [40-45 %]\* (Usinor [25-30 %]\* e Arbed/Aceralia [10-15 %]\*).

### Leader del mercato

- (142) Come risultato della concentrazione proposta, Newco diverrà l'impresa leader indiscussa del mercato comunitario dei prodotti a rivestimento metallico. In questa sua posizione, essa sarà in grado di aumentare unilateralmente i prezzi, mentre gli altri produttori non avranno incentivi a porsi in forte concorrenza né saranno in grado di farlo.
- (143) Di fatto, la struttura del mercato non consentirà a Newco di agire a titolo unilaterale. Come si può constatare nella tabella 15, le parti avranno dimensioni più che doppie rispetto alla maggiore concorrente, TKS, e di gran lunga superiori a ognuno degli altri operatori (il quadruplo di Corus e il quintuplo di Riva). In concreto, Newco sarà più grande delle sue quattro principali concorrenti messe insieme.

TABELLA 15

#### Quota di vendite di acciaio zincato nella Comunità nel 1999

Impresa	Totale delle vendite		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
Usinor	[...]*	[30-35]*	[...]*	[25-30]*
Arbed/Aceralia	[...]*	[10-15]*	[...]*	[10-15]*
Newco	[...]*	[40-45]*	[...]*	[35-40]*
TKS	[...]*	[15-20]*	[...]*	[55-60]*
Corus	[...]*	[10-15]*		
Riva	[...]*	[< 10]*		
Voest-Alpine	[...]*	[< 5]*		
Salzgitter	[...]*	[< 5]*		
Altre	[...]*	[< 10]*		
Importazioni da paesi terzi	1 152	6,2		
Totale	18 492	100		

Fonte: le parti.

- (144) Una simile ampia differenza tra la quota di mercato di Newco e le quote di mercato delle sue concorrenti rende più difficile agli altri operatori reagire ad aumenti di prezzo e/o a riduzioni di produzione di Newco nell'intento di rendere non redditizia l'azione unilaterale dell'impresa costituitasi con la fusione. La concentrazione fornirà a Newco una più ampia base di vendite, grazie alla quale potrà trarre profitto del risultante aumento dei prezzi, eliminando nel contempo una concorrente (Ar-

bed/Aceralia) a cui i clienti avrebbero potuto rivolgersi, in alternativa, per i loro acquisti. Va notato che Arbed/Aceralia è attualmente la seconda maggiore concorrente di Usinor (dopo TKS). In ultima analisi, è improbabile che i clienti possano trovare fonti economiche alternative di approvvigionamento, come si spiega qui di seguito.

### Restrizione della capacità produttiva esistente

- (145) In generale, i tassi di utilizzo della capacità produttiva sono elevati (nel 1999 il tasso medio nella Comunità era dell'86 %), in particolare nel segmento dell'acciaio zincato a caldo (il 90 %, in media, nel 1999). Per rifornire i clienti di Newco, i produttori concorrenti disporranno quindi soltanto di una limitata capacità inutilizzata.

### Nuova capacità produttiva pianificata

- (146) Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti presentata dalla Commissione, le parti sostengono che in futuro vi sarà una considerevole disponibilità di capacità produttiva nel segmento dell'acciaio zincato nella Comunità, in seguito ad aumenti della capacità nell'acciaio zincato a caldo tra il 2001 e il 2004 (l'acciaio di questo tipo costituiva nel 2000 il 76 % del mercato totale e, secondo le previsioni, salirà a oltre l'80 % nel 2003). A sostegno della loro argomentazione, le parti hanno fornito dati riguardanti nuove capacità nel segmento dell'acciaio zincato a caldo in via di costruzione oppure annunciate ufficialmente in Europa e nei paesi europei periferici, e anche previsioni di crescita della domanda, secondo le stime di Eurofer, per il periodo 2000-2005, concludendo che nel 2004 la domanda cumulata sarà aumentata a [ $> 2\,000$ ]\* kilotonnellate rispetto alle [ $> 5\,000$ ]\* kilotonnellate della capacità cumulativa <sup>(72)</sup>.
- (147) Nel corso dell'indagine, la Commissione ha constatato dati diversi — da fonti diverse — riguardo all'andamento della capacità e della domanda nei prossimi anni. Di fronte a questi dati diversi, è difficile prevedere il futuro sviluppo della capacità produttiva. Secondo l'indagine della Commissione in materia d'investimenti, da oggi al 2004 sono stati pianificati da terzi altri 1,6 milioni di tonnellate di capacità. Questa cifra è inferiore ai [...]\* milioni indicati dalle parti notificanti nel formulario CO <sup>(73)</sup> e ai 2,6 milioni di tonnellate previsti per il periodo 2001-2004 nell'inchiesta Eurofer. La previsione più recente delle parti, nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, ha indicato un aumento di [...]\* milioni di tonnellate.

- (148) Sono diverse anche le stime relative alla crescita della domanda nel periodo in oggetto. Nel formulario CO, il tasso di crescita è stato stimato al [...]\*% annuo, una

<sup>(72)</sup> Risposta alla comunicazione degli addebiti presentata dalla Commissione, pag. 21.

<sup>(73)</sup> Volume II, allegato 4.1.4, pag. 26.

percentuale bassa rispetto alla crescita registrata negli ultimi anni (oltre il 10 % annuo tra il 1997 e il 2000). L'ultima previsione delle parti, nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, indica un tasso medio di crescita annua soltanto del [...]\*, come è mostrato nella tabella 16.

TABELLA 16

**Sviluppo della domanda comunitaria di acciaio zincato a caldo**

	Domanda comunitaria (kt)	Tasso di crescita annua (%)
2000	[...]*	[...]*
2001	[...]*	[...]*
2002	[...]*	[...]*
2003	[...]*	[...]*
2004	[...]*	[...]*
	In media	[...]*

Fonte: risposta alla comunicazione degli addebiti presentata dalla Commissione, pag. 21.

(149) In ogni modo, le parti hanno calcolato l'aumento della capacità produttiva su base più ampia (comprese l'Europa orientale e la Turchia) rispetto al mercato geografico rilevante, senza tuttavia tener conto della crescita della domanda in tali paesi. Ciò indica che la maggiore capacità produttiva prevista potrà risultare inferiore alla previsione delle parti. La tabella 17 riporta in compendio i dati forniti dalle parti riguardo all'aumento della capacità.

TABELLA 17

**Previsioni degli aumenti di capacità produttiva per l'acciaio zincato a caldo**

Comunità	2001-2004	Paesi periferici	2001-2004
TKS (Bochum)	400	Erdemir (Turchia)	400
Riva (Taranto)	400	Teczan Izmir (Smirne, Turchia), con Corus	300
Salzgitter	400	US Steel Kosice (Slovacchia)	250
Voest (Linz)	300	Eko Stahl (Polonia)	210
Duferco (La Louvière)	300	Galvex (Estonia)	400
Wupperman (Mperdjick/JV, con Corus e Voest)	500	Novolipesk (Russia) con TKS	300
Marcegaglia (Ravenna)	400	Ispat Karmet (Turchia)	400

Comunità	2001-2004	Paesi periferici	2001-2004
Arvedi (Newco)	250	Severstal (Russia)	400
Gonvarri (Barcelona)	165		
Bancolor (Bilbao)	200		
Totale	3 315		2 660
Totale Comunità + paesi periferici	3 315 + 2 660 = 5 975		

Fonte: risposta alla comunicazione degli addebiti presentata dalla Commissione, pag. 20.

(150) In base a previsioni presentate dalle parti riguardo agli sviluppi della capacità produttiva e della domanda nella Comunità, si può presumere che probabilmente il tasso di utilizzo della capacità rimarrà relativamente elevato. Inoltre, sempre secondo le stime delle parti, Newco deterrà una quota elevata dell'attuale capacità di produzione nella Comunità (nel 2004, [40-45 %]\* per tutto l'acciaio zincato e [40-45 %]\* per l'acciaio zincato a caldo): quindi, il volume combinato di capacità produttiva inutilizzata controllato dalle concorrenti di Newco sarà relativamente esiguo rispetto alla capacità e alla produzione di Newco.

(151) Riguardo all'aumento della capacità nei paesi periferici e anche senza tener conto dell'eventuale aumento della domanda in tali paesi, questa capacità aggiuntiva non inciderà in misura sostanziale sulla situazione concorrenziale nella Comunità nel breve e medio periodo, poiché le forniture di questi paesi non sembrano soddisfare i requisiti qualitativi necessari per l'industria automobilistica, che costituisce il principale gruppo di clienti dell'acciaio zincato a caldo.

### Nuovi ingressi

(152) Pure improbabile è che l'arrivo sul mercato di nuovi operatori possa determinare restrizioni in termini di concorrenza. Il costo del capitale e le licenze tecnologiche non costituiscono, forse, barriere significative all'ingresso, ma vi sono altre restrizioni dovute alla specificità del mercato dei prodotti in acciaio zincato. Anzitutto, poiché l'acciaio zincato è un prodotto a valle, ogni impresa che voglia introdursi su questo mercato deve essere in grado di approvvigionarsi di acciaio al carbonio laminato a freddo, e l'acciaio necessario tende ad essere di tipi speciali (ad alta resistenza o ultrasensibile, secondo le esigenze dei clienti), che non sono prodotti di base. In secondo luogo, accedere ai clienti, in particolare del settore automobilistico, è una procedura difficile per la quale, come si dirà più oltre, l'impresa deve ottenere un'omologazione: le parti stesse, in una relazione presentata in risposta alla comunicazione degli addebiti

loro trasmessa dalla Commissione, hanno fatto osservare che la procedura di omologazione comporta evidentemente, per i fornitori di acciaio, costi elevati in termini di tempo e spese amministrative molto ingenti <sup>(74)</sup>.

- (153) Inoltre, è improbabile che i nuovi ingressi in un mercato in crescita esercitino una forte incidenza competitiva. Nel segmento dell'acciaio zincato per immersione a caldo vi sono stati di recente tre nuovi arrivi: Marcegaglia nel 1999 (capacità produttiva: 700 000 tonnellate all'anno), Bancolor nel 2001 (200 000 tonnellate all'anno) e una linea in progetto per Duferco nel 2002 (350 000 tonnellate l'anno). Le dimensioni di questi nuovi arrivi sono tali che, anche sommati, porterebbero a un aumento della capacità produttiva inferiore al 5 %.
- (154) Inoltre, tutti questi incrementi sono stati pianificati prima che venisse annunciato il progetto Newco e sono già stati esaminati nel presente documento (considerando da 146 e 151). Per le nuove imprese che si presenteranno eventualmente sul mercato, la situazione si presenterà meno favorevole con il costituirsi di Newco, poiché questa impresa, quale massima fornitrice del settore automobilistico e delle costruzioni, avrà il potere di mirare selettivamente ai clienti (potenziali) di ogni nuovo arrivato.
- (155) Anche per il segmento dell'acciaio elettrozincato sono improbabili nuovi arrivi, dato il calo della domanda di nastri in acciaio di questo tipo.

### Materiali alternativi

- (156) In generale, i materiali alternativi non possono sostituire l'acciaio zincato. Una volta scelto il materiale, per esempio per un componente dell'edilizia industriale o per parti di automobili o di elettrodomestici, la scelta è determinante. Nel caso delle automobili e degli elettrodomestici è estremamente difficile, se non impossibile, passare da un materiale ad un altro durante la vita del prodotto: i fabbricanti di automobili allestiscono le loro attrezzature di produzione, saldatura/montaggio e verniciatura in funzione del materiale specifico per ogni componente e pressoché in nessun caso possono minacciare credibilmente di utilizzare un materiale alternativo, poiché ciò comporterebbe considerevoli modifiche dei processi di produzione.
- (157) Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti presentata dalla Commissione, le parti sostengono che vi sarebbe concorrenza nel lungo periodo, in particolare tra acciaio e alluminio, e nella fase di progettazione di una nuova automobile. Tuttavia, anche tenendo conto delle argomentazioni presentate dalle parti, si constata che l'acciaio e l'alluminio non sono utilizzati in concor-

renza, come succedanei. Nella medesima relazione, le parti spiegano che l'utilizzo dell'alluminio è incentrato tradizionalmente sul mercato specifico di nicchia delle automobili più costose <sup>(75)</sup> e non negano che ciò è vero tuttora: le case automobilistiche che utilizzano l'alluminio a livelli sostanziali si situano tutte nel segmento superiore (Audi, Jaguar). In effetti, l'alluminio e la plastica costano per un determinato pezzo dal doppio al quadruplo rispetto all'acciaio e non si potrebbero utilizzare per contrapporsi ad aumenti di prezzo dell'acciaio. Di conseguenza, non è un'opzione possibile neppure la minaccia di utilizzare l'alluminio o la plastica.

### Importazioni

- (158) Le importazioni hanno costituito negli ultimi quattro anni fra il 3 % e il 9 % delle vendite complessive di prodotti zincati nella Comunità e non sembrano rappresentare una seria pressione concorrenziale per i produttori comunitari su questo mercato. Le importazioni — che consistono in gran parte in acciaio al livello di prodotto di base — in particolare non sono un'alternativa per le qualità di materiale a rivestimento metallico richieste dall'industria automobilistica, che in quanto massimo gruppo di clienti costituiva il 51 % della domanda di acciaio zincato nel 1999. Pochi produttori di paesi terzi sono in grado di fornire tali qualità: soltanto i fornitori dell'Estremo Oriente — Giappone e Corea — possono soddisfare i necessari standard qualitativi. Tuttavia, i loro prezzi sono superiori a quelli europei e questo costo supplementare, al quale si aggiungono i costi di trasporto e per gli imballaggi speciali, porta il prezzo delle forniture a un livello quasi doppio rispetto a quello del materiale prodotto in Europa. Sono queste le condizioni di mercato, nonostante la difficile situazione dell'industria siderurgica in Estremo Oriente.
- (159) Le differenze di prezzo esistenti non sono state sostanzialmente contestate dalle parti, ma nella risposta alla comunicazione degli addebiti esse hanno dichiarato di ritenere che i prezzi nella Comunità e in Estremo Oriente seguano un andamento molto simile (nonostante l'attuale divario) e che vi sia un'evidente interrelazione tra i prezzi comunitari e le importazioni da paesi terzi. Ancora una volta, va osservato che le importazioni riguardano principalmente l'acciaio in forma di prodotto di base, poiché le importazioni di acciaio di alta qualità — come quello richiesto dall'industria automobilistica — appaiono molto limitate. Secondo le parti, FIAT ha acquistato di recente 200 kilotonnellate di acciaio zincato a caldo da Baosteel, mentre PSA ha acquistato 50 kilotonnellate di acciaio zincato a caldo da Posco. Come risulta da queste cifre, le importazioni non raggiungono un livello tale da esercitare gravi effetti restrittivi sull'importante fascia superiore del mercato dei prodotti. [...]\*.
- (160) Di conseguenza, le importazioni non costituiscono una minaccia credibile contro la possibilità che Newco aumenti unilateralmente i prezzi o riduca la produzione.

<sup>(74)</sup> Relazione dei consulenti economici delle parti: «Steel products for the automotive sector» (Prodotti in acciaio per il settore automobilistico), 10 ottobre 2001, pag. 9.

<sup>(75)</sup> Relazione dei consulenti economici delle parti: «Steel products for the automotive sector» (Prodotti in acciaio per il settore automobilistico), 10 ottobre 2001, pag. 29.



**Potere detenuto dagli acquirenti**

- (161) A parte l'industria automobilistica, nessuno dei clienti inciderà per più dello [0-5 %]\* % delle vendite di Newco e la maggior parte di essi costituirà molto meno dell'1 %. Inoltre, nessuno di questi clienti sarà in grado di esercitare pressioni su Usinor, poiché l'entità del loro fabbisogno individuale rappresenterà solo una parte insignificante delle vendite di Newco.
- (162) Circa il 50 % dell'attuale domanda di nastri in acciaio zincato proviene dall'industria automobilistica. Il massimo cliente in questo settore assorbirebbe circa il [5-15 %]\* delle vendite delle imprese messe insieme, ma attualmente il costruttore in questione si rifornisce per la vasta maggioranza del suo fabbisogno presso Usinor o Arbed. Il secondo massimo cliente assorbe meno del 10 % delle vendite di Newco, ma anch'esso dipende da Usinor o Arbed per un'ampia parte delle sue esigenze. Dati i tempi lunghi necessari per introdurre sul mercato nuovi fornitori e inoltre il numero limitato di fornitori alternativi e la limitata capacità disponibile presso di essi, sembra improbabile che l'una o l'altra di queste imprese possa esercitare una qualche forma di potere nel breve periodo. Altri clienti del settore automobilistico sono meno dipendenti da Usinor e Arbed, ma assorbono percentuali ancora più modeste delle vendite di tali imprese.
- (163) Inoltre, l'industria automobilistica ha esigenze specifiche, tra cui la consegna al momento voluto («just-in-time»), il controllo di qualità per le parti più importanti ai fini della sicurezza durante tutto il processo di produzione (compreso l'intero iter di verifica, o «audit trail») e caratteristiche specifiche fisiche e chimiche, stabilite particolarmente nelle specifiche del prodotto, le quali possono essere uniche per un determinato cliente. Per rifornire l'industria automobilistica, un produttore di acciaio deve quindi effettuare considerevoli investimenti per introdurre sistemi di controllo della qualità che i potenziali clienti possano accettare e per installare le infrastrutture necessarie per assicurare la fornitura just-in-time. Presso gli stabilimenti dei costruttori di autoveicoli, le scorte di acciaio sono minime: un grande costruttore detiene in media la fornitura di tre giorni. Ogni parte di un'automobile è costruita specificamente in un determinato materiale, per il quale si ricorre a un fornitore specifico. La scelta del fornitore è molto limitata, e il costruttore deve avere la sicurezza che il produttore di acciaio sarà in grado di rispettare le specifiche a titolo continuativo. Prima di scegliere formalmente un nuovo fornitore, si segue dunque un lungo iter di prove e di collaudi. In un caso, l'iter è durato cinque anni prima che il fornitore venisse pienamente accettato. Altri costruttori di autoveicoli hanno informato che tali periodi possono durare da tre mesi a un anno e che l'iter comporta spese molto considerevoli.
- (164) Le imprese costruttrici di autoveicoli, quindi, non possono facilmente cambiare fornitore e, in ogni modo, il numero di candidati potenziali è limitato. Questi fornitori potenziali devono affrontare notevoli rischi e costi per fornire materiali di prova e per costituire i necessari gruppi di assistenza tecnica e le infrastrutture adeguate per la consegna just-in-time. Tutto ciò richiede un considerevole dispendio di tempo e di risorse, senza nessuna garanzia di ricevere ordinazioni sufficienti per compensare i costi iniziali e successivi.
- (165) Questa difficoltà dei clienti di trovare alternative economiche di approvvigionamento rafforza la probabilità di un'azione unilaterale da parte dell'impresa risultante dalla concentrazione, in forma di aumenti dei prezzi o di riduzione della produzione.
- (166) Nella risposta alla comunicazione degli addebiti presentata dalla Commissione, le parti hanno contestato quest'analisi, sottolineando i seguenti elementi: 1) l'industria automobilistica dispone di un considerevole potere in qualità di acquirente poiché, altamente concentrata com'è, detiene la quota di mercato combinata, il 77 %, dei cinque maggiori costruttori nella Comunità; 2) i costruttori di autoveicoli possono deviare le ordinazioni in tempi brevi, e lo fanno in concreto, poiché «omologano» un numero di fornitori superiore a quanti essi scelgono poi per le loro ordinazioni; 3) dato che anche la perdita di modesti quantitativi di ordinazioni ha effetti sproporzionati sulla redditività delle parti notificanti, la minaccia dei costruttori di autoveicoli di deviare le ordinazioni di quantitativi anche modesti verso altre imprese concorrenti omologate ridurrebbe la capacità delle parti di aumentare i prezzi. Le parti si sono basate su una relazione redatta dai loro consulenti economici per sostenere che — a causa dei costi fissi elevati — l'industria siderurgica ha forti incentivi a vendere sino all'ultima tonnellata, anche per i prodotti a valle come l'acciaio al carbonio a rivestimento metallico. L'idea è che vendere quantitativi maggiori di prodotti a valle aumenta l'utilizzo della capacità produttiva a monte, in particolare al livello dell'altoforno, il che riduce di conseguenza, grazie alle economie di scala, il costo di produzione per tonnellata. Per esempio, aumentare l'utilizzo della capacità produttiva dal 90 % al 100 % in un altoforno integrato risulterebbe in un risparmio del 35 % per tonnellata sul costo di produzione dell'acciaio elettrozincato.
- (167) Dopo aver esaminato con attenzione queste argomentazioni, la Commissione mantiene il suo parere secondo cui il potere degli acquirenti non sarà sufficiente ad impedire a Newco di agire unilateralmente sul mercato dei prodotti a rivestimento metallico. Per quanto riguarda il punto 1 del considerando 166 — il grado di concentrazione dell'industria automobilistica — i cinque maggiori fornitori di acciaio zincato deterranno dopo la fusione in oggetto una quota combinata di mercato del [> 80 %]\*, raggiungendo quindi un grado di concentrazione più elevato di quello dell'industria automobilistica (che non è il loro unico gruppo di clienti). Alcuni singoli costruttori di autoveicoli si riforniscono presso le parti notificanti per una percentuale molto consistente della

loro domanda ( $[> 50 \%]^*$ ), mentre il massimo cliente di Newco inciderebbe solo per il  $[5-15 \%]^*$  delle vendite di acciaio zincato di tale impresa. È quindi dubbio che il grado di concentrazione dei clienti sarà sufficiente ad equilibrare il potere di mercato di Newco.

(168) Riguardo al punto 2, anche un gruppo di clienti altamente concentrato può esercitare un potere considerevole, a titolo di acquirente, solo se vi sono alternative credibili sulle quali esso possa dirottare la domanda. Questo non è il caso, tuttavia. La minaccia di deviare ingenti quantitativi di ordinazioni non è adeguata per disciplinare il comportamento di Newco sul mercato. Come già si è detto, nel settore siderurgico l'utilizzo della capacità produttiva è elevato e lo rimarrà nel futuro prevedibile, cosicché i fornitori alternativi non sarebbero in grado di soddisfare una considerevole domanda supplementare.

(169) Per quanto riguarda il punto 3, la minaccia di deviare in tempi brevi piccoli quantitativi della domanda non è un mezzo sufficiente per controllare la forza contrattuale di Newco. In genere, gli altiforni in Europa operano già ad alti livelli di utilizzo della capacità (molto superiori al 90 %). La perdita di piccoli quantitativi della domanda di un cliente non influirebbe in misura considerevole sulla curva dei costi di Newco. Infatti, nel 1999 le parti notificanti hanno prodotto 40 milioni di tonnellate di acciaio greggio e circa  $[5-10]^*$  milioni di tonnellate di acciaio zincato. Il massimo cliente di Newco ( $[5-15]^*$  % della produzione combinata di acciaio zincato delle parti notificanti) ha inciso per circa  $[...]^*$  milioni di tonnellate di acciaio zincato. Anche se questo cliente cambiasse fornitore per la totalità della sua domanda di acciaio zincato, questa rappresenterebbe soltanto il  $[< 5 \%]^*$  circa della produzione di acciaio greggio di Newco. Tale percentuale mostra che i clienti i quali deviano soltanto piccoli quantitativi della loro domanda non sono in grado di esercitare pressioni effettive sul comportamento di Newco sul mercato.

### Conclusione

(170) Su tale base, la Commissione ha concluso che la concentrazione proposta conferirà alle parti il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA per quanto riguarda il mercato dei prodotti zincati, comprendenti l'acciaio zincato per immersione a caldo e l'acciaio elettrozincato.

### 6. Acciaio al carbonio a rivestimento organico

#### Nessun rischio che si ostacoli unilateralmente la concorrenza effettiva o che si eludano le regole di concorrenza

(171) Il valore totale del mercato dell'acciaio al carbonio a rivestimento organico era nel 2000 di 4,13 milioni di

tonnellate. La quota di Usinor ammontava al  $[30-35 \%]^*$ , con  $[...]^*$  milioni di tonnellate, e quella di Arbed/Aceralia al  $[5-10 \%]^*$  con  $[...]^*$  milioni di tonnellate. La quota di mercato combinata era dunque del  $[35-40 \%]^*$ . Per le vendite merchant, la quota di mercato aggregata delle parti era nel 1999 del  $[25-30 \%]^*$  (Usinor  $[15-20 \%]^*$ , Arbed/Aceralia  $[5-10 \%]^*$ ).

(172) I massimi concorrenti di Newco saranno Corus, che nel 1999 deteneva una quota di mercato del  $[20-25 \%]^*$  sul totale delle vendite ( $[20-25 \%]^*$  per le vendite merchant), e TKS, la cui quota di mercato era del  $[10-15 \%]^*$  sul totale delle vendite ( $[< 10 \%]^*$  per le vendite merchant) nel 1999 (cfr. tabella 18).

TABELLA 18

#### Quote di mercato combinate delle parti notificanti per l'acciaio al carbonio a rivestimento organico

	Vendite complessive		Vendite merchant	
	kt	%	kt	%
2000	$[...]^*$	$[35-40]^*$	$[...]^*$	n.d.
1999	$[...]^*$	$[35-40]^*$	$[...]^*$	$[25-30]^*$
1998	$[...]^*$	$[35-40]^*$	$[...]^*$	$[20-25]^*$
1997	$[...]^*$	$[35-40]^*$	$[...]^*$	$[20-25]^*$

Fonte: le parti.

(173) Dopo la fusione, Newco diverrà nettamente il leader del mercato per il totale delle vendite, con una quota di mercato del  $[35-40 \%]^*$ . Quest'elevata quota di mercato combinata potrebbe suscitare preoccupazioni riguardo alla possibilità che Newco agisca in modo indipendente dalle imprese concorrenti. Tuttavia, la quota di mercato combinata detenuta dalle parti notificanti sul mercato delle vendite merchant (vendite a terzi) è soltanto del  $[25-30 \%]^*$ . La differenza è dovuta al grado elevato d'integrazione verticale in questo settore: infatti Usinor e Arbed/Aceralia utilizzano entrambe un'ampia parte della loro produzione in attività di lavorazione successiva, che vengono svolte da imprese appartenenti ai rispettivi gruppi o da questi controllate. La Commissione non ha rilevato nessuna preoccupazione in materia di concorrenza sui mercati a valle. Inoltre, Newco dovrà affrontare la concorrenza di grandi produttori come Corus e TKS, i quali hanno ambedue un margine sostanziale di capacità produttiva inutilizzata sul mercato in oggetto.

#### Nessun rischio di comportamento parallelo anticoncorrenziale

(174) Allo stesso modo, le caratteristiche del mercato non conducono ad un comportamento parallelo anticoncorrenziale. La quota combinata dei tre principali operatori

in termini di vendite merchant è inferiore al 60 % del mercato totale. Inoltre, i tassi di utilizzo della capacità produttiva non sono simmetrici: l'utilizzo da parte di Usinor e Arbed/Aceralia è relativamente elevato, attestandosi sul [ $> 80\%$ ]\*, mentre il tasso medio comunitario di utilizzo della capacità produttiva per l'intero settore è del 75 %. Infine, sono molto attivi su questo mercato alcuni produttori di secondo novero, come SSAB, Rautaruukki, Voest-Alpine e Salzgitter.

### Crescita del mercato

- (175) Il mercato è stato caratterizzato da una crescita considerevole, con un aumento dell'offerta del 41 % negli ultimi tre anni (il che si può spiegare in parte con la sostituzione dei prodotti piatti standard in acciaio al carbonio laminati a freddo e in acciaio zincato con prodotti in acciaio a rivestimento organico). Questa tendenza potrebbe continuare in futuro.

### Conclusione

- (176) Per tali motivi, la Commissione non ritiene che l'impresa risultante dalla fusione sarà in grado di ostacolare una concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA sul mercato dell'acciaio al carbonio a rivestimento organico.

## 7. Acciaio per imballaggi

- (177) La definizione esatta del mercato dei prodotti è stata lasciata aperta tra a) un mercato complessivo dell'acciaio per imballaggi oppure b) mercati distinti più ristretti per i) l'acciaio per i contenitori di bibite e ii) l'acciaio per imballaggi di altre merci. Le quote di mercato per ciascuna delle diverse segmentazioni possibili del mercato stesso sono riportate nella tabella 19.

TABELLA 19

### Quote di mercato per l'acciaio per imballaggi nel 1999

(in %)

Impresa	Acciaio per contenitori di bibite	Acciaio per imballaggi di altre merci	Acciaio per imballaggi (totale)
Usinor	[30-35]*	[20-25]*	[20-25]*
Arbed/Aceralia	[5-10]*	[10-15]*	[10-15]*
Newco	[35-40]*	[35-40]*	[35-40]*
Corus	[30-35]*	[25-30]*	[25-30]*
TKS	[25-30]*	[10-15]*	[10-15]*

Fonte: le parti.

a) Acciaio per contenitori di bibite

### Struttura del mercato

- (178) La dimensione del mercato è stata di 0,6 milioni di tonnellate nel 2000 e nel 1999. Nel 2000 la quota di mercato combinata delle parti è stata del [40-45 %]\* (Usinor [35-40 %]\*, Arbed/Aceralia [5-10 %]\*). Nel 1999 la quota di mercato di Corus è stata del [30-35 %]\*, quella di TKS del [25-30 %]\*.

### Nessun rischio che si ostacoli unilateralmente la concorrenza effettiva o che si eludano le regole di concorrenza

- (179) Data la forte posizione delle imprese concorrenti sul mercato in oggetto, è possibile escludere che Newco conquisti o rafforzi una posizione che le consenta di agire a titolo indipendente rispetto agli altri produttori.

### Nessun rischio di comportamento parallelo anticoncorrenziale

- (180) La Commissione ha anche esaminato se l'operazione proposta possa condurre a un comportamento parallelo anticoncorrenziale da parte dei principali produttori europei. Anzitutto, l'operazione accentua l'asimmetria tra i produttori. In secondo luogo, e cosa ancora più importante, i tre operatori avranno soltanto pochi clienti multinazionali appartenenti all'industria di fabbricazione degli imballaggi. Nel settore dell'acciaio per contenitori di bibite, Usinor realizza il suo fatturato con soltanto [...] clienti ([...]\*), mentre Arbed/Aceralia ha solo [...] clienti ([...]\*). Queste imprese clienti subiscono — a loro volta — una forte pressione da parte delle aziende internazionali produttrici di bibite (come Coca Cola, Pepsi Cola e il settore della birra, che è in via di concentrazione). Infine, sebbene la Commissione continui a ritenere che l'acciaio e l'alluminio (e altri materiali) per la fabbricazione di lattine per bibite sono mercati distinti, è pur vero che l'acciaio subisce le pressioni concorrenziali dell'alluminio e del PET.

- (181) Tale situazione non lascia molto spazio ai tre produttori di acciaio per aumentare i prezzi con un'azione parallela. Inoltre, il tasso di utilizzo della capacità produttiva sul mercato è piuttosto basso (il 75 %, in media, su tutto il mercato comunitario dell'acciaio per contenitori di bibite e per altri usi). Questo margine considerevole di capacità produttiva inutilizzata offre incentivi a «barare» sui prezzi concordati, destabilizzando ancor più una tacita collusione.

- (182) La Commissione ha quindi concluso che l'operazione di concentrazione proposta non condurrà a un comportamento parallelo anticoncorrenziale da parte dei principali produttori europei.

## b) Acciaio per imballaggi per altri usi

- (183) La dimensione del mercato è stata di 3,8 milioni di tonnellate nel 2000 e di 3,5 milioni nel 1999. In un eventuale mercato dell'acciaio per imballaggi diversi da quelli per bibite, la quota di mercato combinata detenuta dalle parti sarebbe stata nel 2000 del [35-40%]\* (Usinor [20-25%]\*, Arbed/Aceralia [10-15%]\*). Nel 1999 la quota di mercato di Corus è stata del [25-30%]\*; TKS e Riva detenevano rispettivamente il [10-15%]\* e il [10-15%]\* e gli altri produttori il [15-20%]\*.

**Nessun rischio che si ostacoli unilateralmente la concorrenza effettiva o che si eludano le regole di concorrenza**

- (184) Data la forte posizione delle imprese concorrenti sul mercato in oggetto, è possibile escludere che Newco conquisti o rafforzi una posizione che le consenta di agire a titolo indipendente rispetto agli altri produttori.

**Nessun rischio di comportamento parallelo anticoncorrenziale**

- (185) La Commissione ha anche esaminato se l'operazione proposta possa condurre a un comportamento parallelo anticoncorrenziale da parte dei principali produttori europei sul mercato dell'acciaio per contenitori non di bibite. Anche su questo mercato l'operazione proposta accentuerà l'asimmetria tra le quote di mercato dei principali operatori. Il lato della domanda è molto concentrato e funge da forte contrappeso: tre imprese ([...])\* assorbono il 50 % del consumo comunitario. Il massimo cliente di Usinor è [...]\*, che assorbe il [20-25%]\* delle sue vendite e il [15-20%]\* delle vendite di Arbed/Aceralia. Il massimo cliente di Arbed/Aceralia [...]\* contribuisce per il [20-25%]\* al fatturato di questa impresa sul mercato rilevante.
- (186) Come nel caso dell'acciaio per contenitori di bibite, un'altra pressione concorrenziale proviene dai materiali alternativi (plastica, materiali compositi, alluminio, vetro). Nel settore degli imballaggi delle sostanze alimentari, per esempio, i nuovi metodi di conservazione, come il congelamento, il condizionamento sottovuoto e la cottura in atmosfera controllata, tendono a favorire la plastica e i materiali compositi. Di conseguenza, è contrario agli interessi dei produttori di acciaio aumentare i prezzi, perché così metterebbero a rischio la competitività del loro prodotto.
- (187) Un altro ostacolo alla tacita collusione sono le importazioni dai paesi terzi, che costituiscono il [15-20%]\* del totale delle vendite. Poiché sembra che l'acciaio per contenitori di sostanze diverse dalle bibite sia un prodotto di base standardizzato, la percentuale suddetta potrebbe aumentare se i fornitori europei imponessero prezzi irragionevoli.

- (188) Infine, come si è già accennato (al considerando 181), anche il notevole margine di capacità produttiva inutilizzata sul mercato dell'acciaio per contenitori diversi da quelli per bibite è un incentivo per le imprese concorrenti a ridurre un livello di prezzi troppo elevato per essere competitivo.

- (189) La Commissione ha quindi concluso che l'operazione proposta non condurrà a un comportamento parallelo anticoncorrenziale da parte dei principali produttori europei.

## c) Mercato complessivo: acciaio per imballaggi

- (190) La dimensione del mercato è stata di 4,3 milioni di tonnellate nel 2000 e di 4,1 milioni nel 1999. La quota di mercato di Newco nel 1999 era del [35-40%]\* (Usinor [25-30%]\*, Arbed/Aceralia [10-15%]\*), mentre le rispettive quote di mercato dei concorrenti erano del [25-30%]\* per Corus, del [10-15%]\* per TKS, del [< 10%]\* per Riva e del [10-15%]\* per altri produttori. Questi dati non differiscono molto da quelli rilevati nel segmento dell'acciaio per contenitori non di bibite, poiché l'acciaio per la fabbricazione di tali contenitori costituiva quasi il 90 % del mercato complessivo. I risultati dell'indagine relativa a tale mercato valgono quindi anche per questo segmento. Inoltre, la Commissione non ha rilevato problemi di concorrenza sul mercato alternativo, di minori dimensioni, dell'acciaio per contenitori di bibite. In ultima analisi, neanche in un ipotetico mercato complessivo l'operazione proposta suscita preoccupazioni in termini di concorrenza.

**Conclusioni**

- (191) Per tali motivi, la Commissione conclude che la concentrazione proposta non ostacolerebbe la concorrenza effettiva né consentirebbe alle parti di eludere le regole di concorrenza stabilite nel trattato CECA sul o sui mercati dell'acciaio per imballaggi.

**8. Prodotti piatti in acciaio inossidabile**

- (192) I prodotti piatti in acciaio inossidabile comprendono prodotti laminati a caldo e laminati a freddo. Come in una precedente decisione della Commissione riguardante questi mercati <sup>(76)</sup>, l'effetto della concentrazione proposta va esaminato a due livelli, per verificare se 1) dopo l'operazione Newco sarà in grado di determinare i prezzi o d'impedire da sola il gioco della concorrenza e se 2) l'operazione porterà a condizioni tali da rendere possibile ed effettiva la tacita collusione tra i pochi produttori europei di acciaio inossidabile.

<sup>(76)</sup> Cfr. decisione del 4 dicembre 2000, caso COMP/CECA.1342 — Outokumpu/Avesta Sheffield.

**Nessun rischio che si ostacoli unilateralmente la concorrenza effettiva o che si eludano le regole di concorrenza**

i) Prodotti in acciaio inossidabile laminati a caldo

- (193) Per quanto riguarda i prodotti in acciaio inossidabile laminato a caldo, nella tabella 20 figurano le quote di tali prodotti rispetto al totale delle vendite nella Comunità + Norvegia e Svizzera. Su questa base, la quota di mercato combinata delle parti era del [25-30 %]\* nel 2000 e del [25-30 %]\* nel 1999. Le parti dovranno affrontare la concorrenza di AvestaPolarit ([30-35 %]\* nel 1999), di TKS ([20-25 %]\*) e di Acerinox ([10-15 %]\*).

TABELLA 20

**Quote di mercato nel 1999 nella Comunità + Norvegia e Svizzera (totale delle vendite)**

Impresa	Totale delle vendite (kt)	Quota di mercato (%)
Usinor	[...]*	[10-15 %]*
Arbed/Aceralia	[...]*	[15-20 %]*
Usinor/Arbed/Aceralia	[...]*	[25-30 %]*
Avesta Polarit	[...]*	[30-35 %]*
TKS	[...]*	[20-25 %]*
Acerinox	[...]*	[10-15 %]*
Boehler	[...]*	< 5 %]*
Importazioni	[...]*	< 10 %]*

Fonte: le parti.

- (194) Sul mercato dei prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a caldo, l'impresa risultante dalla fusione non sarebbe quindi il leader europeo. Inoltre, Newco non potrebbe beneficiare delle sue dimensioni e del suo grado d'integrazione, poiché, secondo le parti, anche le sue concorrenti appartengono a gruppi integrati verticalmente: AvestaPolarit è un'impresa comune tra Outokumpu Steel e Avesta Sheffield; Krupp Thyssen Stainless appartiene a TKS; Acerinox controlla la società americana North American Stainless e uno dei suoi principali azionisti è Nisshin Steel, che è il massimo produttore giapponese di acciaio inossidabile. In una simile situazione, si può escludere la possibilità che la concentrazione proposta conferisca alle parti il potere di determinare unilateralmente i prezzi o di ostacolare la concorrenza effettiva.

ii) Prodotti in acciaio inossidabile laminati a freddo

- (195) Le quote di mercato delle parti e delle loro concorrenti per i prodotti in acciaio inossidabile laminati a freddo

sono indicate nella tabella 21. La quota combinata delle parti sul totale delle vendite (comprese le vendite vincolate) era di circa il [20-25 %]\* nel 2000 e del [20-25 %]\* nel 1999 (di gran lunga inferiore a quella di TKS, che nel 1999 deteneva una quota di circa il [35-40 %]\*). Per le vendite merchant, la quota di mercato combinata delle parti è del [15-20 %]\*. Newco dovrà anche far fronte alla concorrenza di AvestaPolarit e di Acerinox (rispettivamente [20-25 %]\* e [10-15 %]\* sul totale delle vendite). Allo stesso modo, le quote di mercato e la presenza di forti concorrenti escludono la possibilità che Usinor/Arbed/Aceralia sia in grado di fissare i prezzi unilateralmente o di ostacolare la concorrenza effettiva.

TABELLA 21

**Quote di mercato nel 1999 nella Comunità + Norvegia e Svizzera (totale delle vendite)**

Impresa	Totale delle vendite (kt)	Quota di mercato %
Usinor	[...]*	[15-20 %]*
Arbed/Aceralia	[...]*	[5-10 %]*
Usinor/Arbed/Aceralia	[...]*	[20-25 %]*
TKS	[...]*	[35-40 %]*
Avesta Polarit	[...]*	[20-25 %]*
Acerinox	[...]*	[10-15 %]*
Importazioni	[...]*	< 5 %]*

Fonte: le parti.

**Nessun rischio di comportamento parallelo anticoncorrenziale**

i) Prodotti in acciaio inossidabile laminati a caldo

- (196) Dopo l'attuazione della concentrazione proposta, vi saranno soltanto cinque fornitori di prodotti in acciaio inossidabile laminato a caldo. I tre maggiori operatori deterranno una quota del > 80 % del mercato dell'acciaio inossidabile laminato a caldo (cfr. tabella 22).

TABELLA 22

**Quote di mercato nel 1999 nella Comunità + Norvegia e Svizzera (totale delle vendite)**

(in %)

	Usinor/Arbed/Aceralia	Avesta Polarit	TKS	Le tre maggiori concorrenti	Acerinox
Acciaio inossidabile laminato a caldo	[25-30 %]*	[30-35 %]*	[20-25 %]*	[> 80 %]*	[10-15 %]*

Fonte: le parti.

(197) La Commissione ha esaminato se la concentrazione possa condurre a un comportamento parallelo anticoncorrenziale e ha concluso che, per i motivi esposti qui di seguito, è improbabile che l'operazione induca collettivamente i produttori di acciaio inossidabile ad aumentare i prezzi e/o a limitare la produzione o la distribuzione o ad eludere in altro modo le regole di concorrenza del trattato CECA.

### Crescita del mercato

(198) In contrasto con quasi tutti gli altri settori dell'industria siderurgica, i prodotti in acciaio inossidabile godono di un tasso di crescita annuo di almeno il 6 %. Tale tasso di aumento continuerà, secondo le previsioni, per almeno altri quattro anni. Di conseguenza, vi sono incentivi per gli attuali operatori a competere per le quote di mercato mediante continui investimenti. Di recente sono state annunciati notevoli ampliamenti della capacità produttiva di AvestaPolarit (700 kt a Tornio) e di ALZ (600 kt entro il 2003).

### Aumento della capacità produttiva

(199) È possibile aumentare la capacità produttiva eliminando i punti di strozzatura, ma queste possibilità stanno diventando più rare e per soddisfare la domanda è necessario investire in nuovi impianti. La scala ottimale per tali investimenti è molto ampia in proporzione alle dimensioni del mercato comunitario. Il nuovo impianto siderurgico in Finlandia di AvestaPolarit (impresa risultante dalla fusione di Avesta Sheffield e di Outokumpu) ha la capacità di un milione di tonnellate all'anno (700 000 tonnellate all'anno di laminati a caldo e 300 000 di laminati a freddo) e la nuova capacità produttiva di AST è di 600 000 tonnellate all'anno. Questi dati vanno comparati con la capacità totale nel settore dell'acciaio inossidabile laminato a caldo (6,7 milioni di tonnellate nel 2000). Man mano che estende la sua capacità produttiva, il produttore deve esercitare una vigorosa concorrenza per far funzionare il suo nuovo impianto.

### Strutture dei costi

(200) Le imprese concorrenti presenti sul mercato hanno strutture di costi molto diverse, come risultato di una serie di fattori, comprese differenze nell'accesso alle materie prime. Elementi probanti ai fini di questa conclusione sono già stati presentati dalla Commissione nella decisione del dicembre 2000 relativa a Outokumpu/Avesta Sheffield (considerando da 31 a 35), in cui si sono rilevate differenze sino al 40 % nei costi di riconversione dei produttori comunitari. Le parti hanno spiegato inoltre che leganti come il nickel e il cromo incidono in media per circa il 30 % del prezzo dell'acciaio inossidabile laminato a caldo. Alcune imprese concorrenti sono integrate verticalmente con le attività di estrazione mineraria: per esempio Outokumpu Steel, Columbus (gran parte dei suoi azionisti sono produttori di cromo) e varie concorrenti giapponesi aventi legami finanziari con produttori di nickel e di cromo. Arbed/Aceralia

e Usinor non esercitano invece nessuna attività rilevante in campo minerario per questo settore. Le differenze nelle strutture dei costi derivano anche dalla diversa ubicazione geografica delle infrastrutture di produzione, che determina costi diversi di trasporto. Questi sono bassi in termini assoluti, ma possono determinare la differenza tra perdite e redditività. I costi di trasporto interno sono molto limitati per alcune imprese concorrenti (per esempio Acerinox e Outokumpu) e molto ingenti per altre (Avesta Sheffield). I costi di trasporto delle parti notificanti variano tra questi due estremi.

### ii) Prodotti in acciaio inossidabile laminati a freddo

(201) Dopo il completamento della concentrazione proposta, vi saranno soltanto cinque fornitori di prodotti in acciaio inossidabile laminati a freddo. I tre maggiori operatori deterranno il [> 80 %]\* del mercato dell'acciaio inossidabile laminato a freddo, come figura nella tabella 23. Tuttavia, anche dopo la fusione, TKS avrà una quota di mercato notevolmente più ampia dell'impresa risultante da tale concentrazione.

TABELLA 23

### Quote di mercato nel 1999 nella Comunità + Norvegia e Svizzera (totale delle vendite)

(in %)

	Usinor/- Arbed/ Aceralia	Avesta Polarit	TKS	Le tre maggiori concor- renti	Acerinox
Acciaio inossidabile laminato a freddo	[20-25]*	[20-25]*	[35-40]*	[> 80]*	[10-15]*

Fonte: le parti.

(202) La Commissione ha esaminato se la concentrazione proposta possa condurre a un comportamento parallelo anticoncorrenziale e ha concluso che, per gli stessi motivi indicati per l'acciaio inossidabile laminato a caldo, è improbabile che l'operazione induca collettivamente i produttori di acciaio inossidabile ad aumentare i prezzi e/o a limitare la produzione o la distribuzione o ad eludere in altro modo le regole di concorrenza del trattato CECA.

### Conclusione

(203) In conclusione, l'indagine della Commissione ha concluso che la fusione proposta non susciterà preoccupazioni in termini di concorrenza per quanto riguarda i prodotti piatti in acciaio inossidabile laminati a caldo o laminati a freddo.

## 2. DISTRIBUZIONE DELL'ACCIAIO

1. *Distributori integrati verticalmente/distributori indipendenti*

- (204) La distribuzione dell'acciaio costituisce una parte molto importante della politica commerciale globale dei produttori di acciaio integrati verticalmente. Secondo Arbed/Aceralia, circa il 40 % del consumo di acciaio in Europa passa attraverso i diversi canali di distribuzione.
- (205) Tutti i principali produttori europei di acciaio dispongono di reti proprie di centri di distribuzione, che in genere comprendono una vasta parte del territorio europeo, in particolare le maggiori aree industriali. Di norma, tali reti di centri di distribuzione condividono una comune politica commerciale o strategia di vendite, operano in coordinamento centralizzato o in un'unica struttura di gestione o dipartimento centrale di vendite, benché ciascun centro abbia un certo grado d'indipendenza.
- (206) Oltre a questi distributori integrati, vi è un settore indipendente costituito da numerose imprese di dimensioni e potere finanziario diversi. La percentuale di vendite effettuate nel 1999 dal settore indipendente tramite i centri di servizi siderurgici figura nella tabella 24.

TABELLA 24

**Percentuale delle vendite effettuate nel 1999 dai distributori indipendenti tramite i centri di servizi siderurgici**

(in %)

Germania (esclusa Renania Settentrionale-Vestfalia)	60
Italia	49
Regno Unito	45
Spagna e Portogallo	40
Benelux e Renania Settentrionale-Vestfalia	31
Francia	26

Fonte: le parti.

- (207) I distributori indipendenti possono offrire in teoria gli stessi servizi prestati dai distributori integrati, purché abbiano investito nelle attrezzature necessarie. Tuttavia, un'ampia parte delle loro forniture provengono necessariamente dagli stabilimenti dei produttori europei di acciaio, i cui distributori integrati sono loro concorrenti nel settore della distribuzione. In particolare, la possibilità di garantire tutte le forniture necessarie o l'estensione della validità dei prezzi dipenderà interamente dalle singole relazioni tra distributori indipendenti e produttori. Va notato che, per quanto riguarda le attività dei centri di servizi siderurgici, il prezzo dei rotoli larghi forniti dalle acciaierie determina in ampia misura il prezzo dei rotoli in acciaio tagliato, come hanno fatto notare le parti.

(208) Inoltre, nella sua risposta ad uno dei questionari della Commissione, un distributore indipendente ha sottolineato che, in tempi difficili, i distributori integrati fissano i prezzi per i clienti finali sostanzialmente al medesimo livello di quelli imposti dai produttori ai distributori indipendenti per quegli stessi prodotti. Analogamente, un altro distributore indipendente, dopo aver affermato che i grandi produttori di acciaio mostrano una netta preferenza per i propri distributori integrati, ha sostenuto che in certi casi la posizione che i centri di servizi siderurgici integrati adottano per determinare i prezzi non è basata sulla necessità di recuperare tutti i costi sostenuti per la lavorazione e la logistica.

(209) Oltre alla loro integrazione a monte nella fabbricazione dei prodotti in oggetto, i distributori appartenenti ai produttori di acciaio godono di vari altri vantaggi rispetto ai distributori indipendenti. In particolare, l'ubicazione geografica dei diversi centri di distributori integrati, diffusi in tutta Europa, consente loro di concludere contratti globali con grandi clienti, proprietari di vari siti di produzione in Europa e aventi un unico centro decisionale per gli acquisti. Infatti, mentre le trattative singole si svolgono tra i piccoli clienti e l'organizzazione delle vendite di ciascun centro di servizi siderurgici, per i grandi clienti vengono negoziati contratti globali di forniture, di norma a livello europeo, e in seguito i prodotti e i servizi vengono forniti tramite il centro di distribuzione più comodo in base all'ubicazione degli impianti dei clienti. Questa pratica è particolarmente diffusa nel settore automobilistico e nell'industria degli elettrodomestici.

(210) L'indagine di mercato conferma che alcune imprese concorrenti indipendenti nutrono gravi preoccupazioni riguardo all'operazione in oggetto: in particolare, anche se alcune, poche, concorrenti ritengono che la concentrazione proposta conferirà alle parti maggiore efficienza e porterà quindi a mercati più stabili, altre temono che la distribuzione dell'acciaio sarà ancor più dominata dai produttori, a detrimento dei piccoli distributori indipendenti. Ciò potrebbe risultare in una riduzione del numero dei fornitori per tali distributori e in un aumento dei prezzi. Alcuni distributori indipendenti hanno dichiarato che la concentrazione proposta potrebbe causare la scomparsa delle loro fonti di approvvigionamento, rammentando in particolare che essi hanno sperimentato in passato gravi incertezze nella continuità delle forniture provenienti da produttori non comunitari.

(211) Secondo precedenti decisioni della Commissione <sup>(77)</sup>, si deve quindi concludere che, sebbene la distribuzione dell'acciaio sia un servizio regionale o nazionale, nel valutare l'incidenza della concentrazione nel settore della distribuzione occorre tener conto delle implicazioni che l'integrazione verticale dei produttori di acciaio presenta

<sup>(77)</sup> Caso IV/M.484 — Krupp/Thyssen/Riva/Falck/Tadfin/AST.

per la concorrenza tra i distributori, in particolare per la fornitura di prodotti in acciaio ai distributori a livello europeo.

## 2. Valutazione dei diversi mercati della distribuzione

(212) L'operazione proposta porterà a quote di mercato particolarmente ampie sui seguenti mercati:

- a) i centri di servizi siderurgici in Francia;
- b) i centri di servizi siderurgici in Spagna/Portogallo;
- c) i grossisti di prodotti siderurgici in Francia;
- d) i centri di ossitaglio in Francia.

(213) Altri mercati sui quali influirà la presente decisione sono:

- a) i centri di servizi siderurgici nel Benelux e nella Renania Settentrionale-Vestfalia;
- b) i centri di servizi siderurgici nel Regno Unito e in Irlanda;
- c) i grossisti di prodotti siderurgici nel Benelux e nella Renania Settentrionale-Vestfalia.

### a) I centri di servizi siderurgici in Francia

(214) Nel 2000, i centri di servizi siderurgici in Francia hanno venduto in totale 3,9 milioni di tonnellate di prodotti piatti in acciaio al carbonio (pari a circa il 41 % delle forniture complessive di questi prodotti). Sul totale suddetto, circa [...] milioni di tonnellate sono stati venduti da Usinor e [...] milioni da Arbed/Aceralia. La quota di mercato combinata delle parti era del [40-45 %]\* nel 2000 ([40-45 %]\* nel 1999), poiché la concentrazione in oggetto determina un'aggregazione del [5-10 %]\* ([5-10 %]\* nel 1999). Le quote di mercato delle principali concorrenti sono state nel 1999 del [5-10 %]\* (Corus), del [5-10 %]\* (Riva) e del [5-10 %]\* (TKS).

(215) Dopo la concentrazione, la quota di mercato di Newco sarà quasi quintupla rispetto a quella della sua principale concorrente sul mercato francese e quasi doppia rispetto alla quota di mercato combinata delle tre maggiori concorrenti. Inoltre, la quota di mercato detenuta dai centri di servizi siderurgici indipendenti in Francia è piuttosto bassa in paragone a quella degli altri paesi confinanti. Infatti, i centri di servizi siderurgici indipendenti costituiscono in Francia soltanto il [ $< 30$  %]\* del mercato, rispetto al [ $> 50$  %]\* in Germania (esclusa la Renania Settentrionale-Vestfalia), al [ $> 40$  %]\* in Italia e al [ $> 40$  %]\* nel Regno Unito. Perdi più, questo settore indipendente è frammentato in un gran numero di piccoli fornitori.

(216) Si deve tener conto anche dell'integrazione verticale delle parti notificanti e, in particolare, della forte quota

di Newco sul mercato della produzione a monte e delle vendite dirette di prodotti piatti in acciaio al carbonio, a livello del SEE e in Francia. L'acciaio al carbonio laminato a caldo prodotto dalle parti notificanti nel 1999 costituiva il [40-45 %]\* della produzione nella Comunità, mentre i loro prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo costituivano il [45-50 %]\* della produzione nella Comunità. L'indagine di mercato indica inoltre che alcuni distributori indipendenti in concorrenza con la rete di distribuzione di Usinor in Francia dipendono in grande misura dalle forniture di Arbed/Aceralia. L'operazione causerà la scomparsa di questa fonte alternativa di approvvigionamento. In ultima analisi, la nuova entità sarà in grado, dopo la concentrazione, di fissare i prezzi, di controllare o ridurre la distribuzione o di ostacolare la concorrenza effettiva.

(217) In base a tali considerazioni, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata conferirà alle parti il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza del trattato CECA per quanto riguarda il mercato della distribuzione dei prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite i centri di servizi siderurgici in Francia.

### b) I centri di servizi siderurgici in Spagna/Portogallo

(218) Nella penisola iberica i centri di servizi siderurgici trattano circa il 44 % delle forniture totali di prodotti piatti al carbonio, mentre i grossisti e i centri di ossitaglio ne smerciano circa il 10 %. In particolare, nel 2000 i centri di servizi siderurgici in Spagna e Portogallo hanno venduto in totale 4,2 milioni di tonnellate di prodotti piatti in acciaio al carbonio, di cui circa [...] milioni di tonnellate erano prodotti di Usinor e [...] milioni di tonnellate di Arbed/Aceralia. La quota di mercato combinata delle parti era del [45-50 %]\* nel 2000 ([50-55 %]\* nel 1999), e la concentrazione proposta determina un'aggregazione del [10-15 %]\* ([10-15 %]\* anche nel 1999). Le quote di mercato dei principali concorrenti erano nel 1999 del [10-15 %]\* (Grupo Ros), del [5-10 %]\* (Gutser) e del [5-10 %]\* (A. Gallardo).

(219) Inoltre, se Spagna e Portogallo fossero considerati mercati geografici distinti, in entrambi i paesi si paleserebbero gravi preoccupazioni in materia di concorrenza. La quota di Newco avrebbe rappresentato nel 1999 il [40-45 %]\* ([30-35 %]\* + [10-15 %]\*) in Spagna e il [65-70 %]\* ([65-70 %]\* + [ $< 5$  %]\*) in Portogallo.

(220) Ancora una volta, dopo la concentrazione il divario tra Newco e le sue principali concorrenti sarà molto ingente: rispetto alla sua maggiore concorrente, Newco avrà dimensioni più che quadruple. Inoltre, principali concorrenti di Newco saranno i distributori indipendenti (piuttosto che i distributori integrati di altri produttori di acciaio), i quali dipenderanno in ampia misura dalle parti notificanti per i loro approvvigionamenti di pro-



dotti in acciaio. Perdi più, Newco godrà di una posizione particolarmente forte nella distribuzione dei prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite i centri di servizi siderurgici e i grossisti in Francia, ossia il mercato più vicino alla penisola iberica, riducendo le possibilità dei clienti spagnoli e portoghesi di rivolgersi a fornitori alternativi.

(221) Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti sostengono, tuttavia che, basandosi sui mercati nazionali, non vi sarebbe nessuna sovrapposizione concreta in Portogallo, poiché la quota di mercato di Arbed/Aceralia è qui del [ $< 5\%$ ]\*. Nondimeno, poiché la quota di mercato di Usinor in Portogallo è particolarmente elevata ([ $65-70\%$ ]\*), e data l'entità delle vendite transfrontaliere tra Portogallo e Spagna, Arbed/Aceralia costituisce, con le sue attività in Spagna, la principale fonte di potenziale concorrenza sul mercato portoghese. In particolare, per le diverse dimensioni dei mercati portoghese e spagnolo, le vendite di Arbed/Aceralia di prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite i centri di servizi siderurgici in Spagna ([...]\* kilotonnellate nel 1999), pur rappresentando soltanto il [ $10-15\%$ ]\* del mercato spagnolo, sono notevolmente più elevate rispetto al mercato portoghese complessivo delle vendite di prodotti piatti al carbonio tramite i centri di servizi siderurgici (399 kilotonnellate nel 1999).

(222) In base a tali considerazioni, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata conferirà alle parti il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza del trattato CECA per quanto riguarda il mercato della distribuzione dei prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite i centri di servizi siderurgici in Spagna e Portogallo.

#### c) I grossisti di prodotti siderurgici in Francia

(223) Per la distribuzione di tutti i prodotti in acciaio al carbonio, la quota di mercato combinata detenuta dalle parti notificanti era del [ $25-30\%$ ]\* nel 2000 ([ $20-25\%$ ]\* + [ $5-10\%$ ]\*) e nel 1999 ([ $15-20\%$ ]\* + [ $5-10\%$ ]\*). Le loro principali concorrenti erano KDI, la cui quota di mercato nel 1999 era di [ $25-30\%$ ]\*, e Descours et Cabaud, con una quota del [ $15-20\%$ ]\*.

(224) Tuttavia, Newco avrebbe una quota di mercato notevolmente più elevata per quanto riguarda la distribuzione di prodotti piatti in acciaio al carbonio ([ $35-40\%$ ]\* nel 1999) e avrebbe dimensioni molto superiori alle sue principali concorrenti nel settore della distribuzione dei prodotti piatti, ossia KDI (10-15%) e Descours et Cabaud (5-10%). La percentuale rimanente del mercato dei grossisti è estremamente frammentata: la compongono oltre 500 piccoli fornitori indipendenti. Anche la base della clientela è frammentata: i clienti principali sono piccole e medie imprese.

(225) Si deve osservare inoltre che, in Francia, Newco non soltanto deterrebbe una quota sostanziale della distribu-

zione di prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite i grossisti, ma godrebbe anche di posizione dominante nella distribuzione di tali prodotti tramite i centri di servizi siderurgici (con una quota di mercato superiore al 40%). Perdi più, essendo integrata verticalmente, Newco avrebbe una forte posizione anche sul mercato a monte della fabbricazione di prodotti piatti in acciaio al carbonio in Europa (per esempio, nel 1999, il [ $45-50\%$ ]\* dei prodotti piatti in acciaio al carbonio laminati a freddo fabbricati nella Comunità).

(226) Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti contestano l'analisi della Commissione, sostenendo che il mercato rilevante deve includere i grossisti di tutti i prodotti in acciaio al carbonio, presso i quali la quota di mercato combinata delle parti costituisce il [ $25-30\%$ ]\* del mercato globale, come già si è detto (considerando 223). Tale questione è stata trattata peraltro nel capitolo della presente decisione relativo alla definizione del mercato dei prodotti.

(227) In base a tali considerazioni, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata conferirà alle parti il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza del trattato CECA per quanto riguarda il mercato della distribuzione dei prodotti piatti in acciaio al carbonio tramite i grossisti in Francia.

#### d) I centri di ossitaglio in Francia

(228) I centri di ossitaglio in Francia hanno venduto nel 2000 complessivamente 200 000 tonnellate, di cui circa [...]\* di Usinor e [...]\* di Arbed/Aceralia. La quota di mercato combinata delle parti era nel 2000 del [ $35-40\%$ ]\* ([ $30-35\%$ ]\* nel 1999), e la concentrazione proposta determina un'aggregazione del [ $5-10\%$ ]\* ([ $5-10\%$ ]\* anche nel 1999). Le quote di mercato delle loro principali concorrenti erano nel 1999 del [ $5-10\%$ ]\* (Oxymetal), del [ $5-10\%$ ]\* (Devillers) e del [ $5-10\%$ ]\* (Oxycen-tre).

(229) Newco deterrà una quota di mercato molto superiore a quella delle sue principali concorrenti e avrà dimensioni quintuple rispetto alla sua maggiore concorrente. Un'ampia quota del mercato (34%) è altamente frammentata: la compongono oltre un centinaio di operatori. Anche la base della clientela è molto frammentata: per la maggior parte, gli operatori sono piccole e medie imprese a basso consumo di lamiera e con potere scarso o nullo in qualità di acquirenti. Le importazioni da paesi esterni al SEE sono insignificanti e non comportano nessuna restrizione della concorrenza. Inoltre, l'ossitaglio è un mercato in declino, in seguito all'avvento di nuove tecnologie come il taglio al laser e a idrogetto, il che

rende improbabile l'arrivo sul mercato di numerosi nuovi operatori, come attesta il fatto che negli ultimi cinque anni non vi sono stati molti nuovi arrivi.

- (230) Nella loro risposta alla comunicazione degli addebiti, le parti esprimono il loro disaccordo con le conclusioni della Commissione, presentando le seguenti argomentazioni: 1) le vendite di Arbed sono di modesta entità; 2) nella posizione di Usinor sul mercato è compreso il 100 % della produzione di Eurodecoupe, che peraltro è controllata da DHS, sulla quale Usinor non ha il controllo esclusivo.
- (231) Per quanto riguarda la prima argomentazione, le vendite di Arbed costituiscono il [5-10 %]\* del mercato dei centri di ossitaglio in Francia. Attualmente, Arbed è la seconda principale concorrente di Usinor per volume di vendite, di poco inferiore alla prima concorrente (Oxymetal, la cui quota di mercato era del [5-10 %]\* nel 1999) e al di sopra degli altri operatori del mercato (Devillers, Oxycentre, Savoy Decoupe, Bretagne Oxy e UF Acier). Per quanto riguarda la seconda argomentazione, le parti stesse hanno confermato che Usinor ha controllo congiunto su Eurodecoupe: nel valutare la concentrazione proposta, si deve quindi tener conto di tutte le vendite di quest'impresa.
- (232) In base a tali considerazioni, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata conferirà alle parti il potere di ostacolare la concorrenza effettiva o di eludere le regole di concorrenza del trattato CECA per quanto riguarda il mercato della distribuzione delle lamiere quarto tramite i centri di ossitaglio in Francia.

#### e) Altri mercati interessati

- (233) Ai fini della valutazione della concentrazione in oggetto, gli altri mercati interessati nel settore della distribuzione sono i seguenti:
1. I centri di servizi siderurgici nel Benelux e nella Renania Settentrionale-Vestfalia, dove la quota combinata delle parti sul mercato della distribuzione dei prodotti piatti in acciaio al carbonio era nel 2000 del [20-25 %]\* ([10-15 %]\* + [10-15 %]\*). Le loro principali concorrenti sono Corus, che ha una quota di mercato del [20-25 %]\*, e TKS, che ha anch'essa una quota di mercato del [20-25 %]\*.

Secondo una eventuale ulteriore suddivisione di questo mercato regionale, nel 1999 le quote di mercato di Newco sarebbero state del [20-25 %]\* nell'area comprendente il Belgio e il Lussemburgo, del [25-30 %]\* nei Paesi Bassi e del [15-20 %]\* sul mercato tedesco globale (compresa la Renania Settentrionale-Vestfalia). Su tutti e tre tali mercati, Newco dovrebbe affrontare concorrenti di dimensioni comparabili o persino superiori: Corus in Belgio e Lussemburgo ([25-30 %]\*) e nei Paesi Bassi ([25-30 %]\*) e TKS in Germania ([15-20 %]\*).

2. I centri di servizi siderurgici nel Regno Unito e in Irlanda, dove la quota combinata di mercato delle parti era nel 2000 del [15-20 %]\* ([5-10 %]\* + [10-15 %]\*). Se si dovessero considerare i mercati nazionali, la quota di mercato di Newco sarebbe del [20-25 %]\* nel Regno Unito ([5-10 %]\* + [10-15 %]\*) e del < 5 % (< 5 %)\* + < 5 %)\* in Irlanda. Sul mercato della distribuzione dei prodotti piatti in acciaio al carbonio nel Regno Unito e in Irlanda, la quota di mercato delle parti è peraltro molto inferiore a quella di Corus ([30-35 %]\*).
  3. I grossisti di prodotti siderurgici nel Benelux e nella Renania Settentrionale-Vestfalia, dove la quota combinata delle parti sul mercato dei prodotti in acciaio al carbonio era nel 2000 del [15-20 %]\* ([10-15 %]\* + [5-10 %]\*). In nessuna delle suddivisioni alternative del mercato, ossia per mercato dei prodotti (prodotti piatti/lunghi) o per mercato geografico (mercati nazionali), le quote combinate delle parti suscitano gravi preoccupazioni in materia di concorrenza, tenuto conto delle quote degli altri operatori presenti sul mercato.
- (234) L'operazione proposta non dà quindi adito a serie preoccupazioni in materia di concorrenza per quanto riguarda i mercati interessati descritti in questa sede.

## VI. IMPEGNI PROPOSTI DALLE PARTI

### 1. SUNTO DEGLI IMPEGNI

#### 1. Cessioni proposte

- (235) Per lenire le preoccupazioni in materia di concorrenza indicate dalla Commissione, le parti si sono dichiarate disposte a cedere una serie di imprese e di attività nei settori della produzione e della distribuzione dell'acciaio.

#### a) Mercati di produzione dell'acciaio

- (236) Le parti cederanno le proprie partecipazioni azionarie nelle seguenti imprese:
1. Finarvedi: Usinor accetta di cedere, o di procurare di cedere, la propria partecipazione nella linea di produzione di acciaio zincato a caldo di ISP Arvedi.
  2. Galmed: Aeralia e Usinor accettano di cedere, o di procurare di cedere, le loro azioni di Galvanizaciones del Mediterraneo, SA (rispettivamente il 51 % e il 24,5 % del capitale di Galmed). Galmed produce acciaio zincato a caldo.

3. Lusosider: Usinor accetta di cedere, o di procurare di cedere, la propria partecipazione azionaria in Lusosider Projectos Siderurgicos SA (50 % del capitale). Lusosider produce acciaio laminato a freddo, acciaio zincato a caldo e bande stagnate.
4. Segal: Sidmar di Arbed e Cockerill Sambre di Usinor accettano di cedere, o di procurare di cedere, le loro azioni (ciascuna per il 33,33 % del capitale) della Société Européenne de Galvanisation SA Segal produce acciaio zincato a caldo.

(237) Le parti cederanno, o procureranno di cedere, anche le seguenti imprese:

1. Beautor: Usinor accetta di cedere, o di procurare di cedere, la propria impresa Beautor sita a La Fère, in Francia. Beautor comprende un laminatoio a freddo e una linea di produzione di acciaio elettrozincato.
2. Dudelange: Arbed accetta di cedere, o di procurare di cedere, lo stabilimento di produzione di acciaio zincato a caldo sito a Dudelange, in Lussemburgo.
3. Strasbourg: Usinor accetta di cedere, o di procurare di cedere, il proprio stabilimento sito a Strasbourg, in Francia (acciaio zincato a caldo e acciaio a rivestimento organico).

(238) La cessione di queste imprese comprenderà tutte le attività materiali e immateriali e il trasferimento del personale attuale di tali stabilimenti.

(239) Nei casi in cui le linee di produzione menzionate ai considerando 236 e 237 non sono integrate con linee di laminazione a freddo, le parti offriranno, a richiesta dell'acquirente, una corrispondente capacità di materia prima per la laminazione a freddo o, in alternativa, un servizio di laminazione a pagamento, alle normali condizioni di mercato. A richiesta dell'acquirente, saranno offerti servizi/accordi di fornitura per il periodo di transizione. Le unità Galmed, Beautor e Strasbourg saranno offerte in blocco, fatto salvo il preesistente diritto di prelazione relativo a Galmed.

#### b) Mercati della distribuzione

(240) Nel campo della distribuzione dell'acciaio, le parti hanno proposto i seguenti impegni:

1. Cofrafer: Arbed accetta di cedere, o di procurare di cedere, Cofrafer SA, che essa controlla al 100 %, comprese le sue società affiliate Flaberga Découpe, sita a Barberey St. Sulpice, in Francia, Orn'oxycoupa-

ge, sita a Chaillou, in Francia, e Surfaçage de Normandie, sita anch'essa a Chaillou.

2. Bamesa: Usinor accetta di cedere, o di procurare di cedere, tutta la propria partecipazione azionaria in Bamesa Aceros SL. o, in alternativa, di trasferire l'eventuale partecipazione di minoranza che le rimanga a una fiduciaria indipendente, sinché non sia possibile vendere le azioni (attualmente, Usinor possiede direttamente e indirettamente il 49 % del capitale di Bamesa, sulla quale esercita controllo congiunto).

#### 2. Impegni correlati e procedura

(241) Le parti si sono impegnate a rispettare una serie di obblighi correlati, volti ad assicurare che le imprese cedute conservino la piena solidità economica e la loro competitività. Tali impegni comprendono la nomina di un fiduciario, responsabile di accertare il mantenimento degli impegni stessi, e prevedono in tutti i particolari la procedura di cessione. Il testo completo degli impegni è riportato nell'allegato della presente decisione.

#### 2. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

##### 1. Prodotti zincati

(242) In termini di quote di mercato, le cessioni offerte porterebbero Newco a un livello piuttosto vicino a quello di Usinor prima della concentrazione. Sul totale delle vendite, Usinor deteneva nel 1999 una quota del [30-35 %]\* sul mercato dell'acciaio zincato, rispetto al [10-15 %]\* di Arbed/Aceralia. Dopo le cessioni, la quota combinata di mercato detenuta da Usinor, Arbed e Aceralia si ridurrebbe dal [40-45 %]\* di prima delle cessioni al [35-40 %]\*. Le parti cederebbero una quota di mercato superiore al [5-10 %]\*, correggendo così la loro posizione sul mercato stesso. I dati per il 2000 sono del tutto analoghi, come mostra la tabella 25.

TABELLA 25

#### Vendite di Newco e cessioni proposte

(in migliaia di tonnellate)

Acciaio zincato	1999	2000
Vendite Newco	[...]*	[...]*
	[40-45 %]*	[40-45 %]*
Cessioni proposte	[...]*	[...]*
Vendite dopo le cessioni	[...]*	[...]*
Totale delle vendite	[...]*	[...]*
Newco dopo le cessioni	[35-40 %]*	[35-40 %]*

- (243) Anche per quanto riguarda la capacità produttiva, le cessioni proposte ridurrebbero in misura sostanziale la quota di mercato di Newco, dal [40-45 %]\* al [35-40 %]\* nel 2002-2003, come mostra la tabella 26.

TABELLA 26

**Capacità produttiva di Newco e cessioni proposte***(in migliaia di tonnellate)*

Acciaio zincato	2002	2003
Capacità di Newco	[...]*	[...]*
	[40-45 %]*	[40-45 %]*
Cessioni proposte	[...]*	[...]*
Capacità dopo le cessioni	[...]*	[...]*
Capacità del mercato	[...]*	[...]*
Newco dopo le cessioni	[35-40 %]*	[35-40 %]*

- (244) Con tali quote di mercato, diverrebbe meno realistica la possibilità che Newco possa unilateralmente aumentare i prezzi e ridurre la produzione, soprattutto per il potenziale miglioramento, dopo le cessioni, della posizione concorrenziale delle sue concorrenti dirette.
- (245) Le cessioni proposte migliorerebbero la struttura del mercato in due modi. Se le maggiori concorrenti, come TKS o Corus, acquistassero alcuni degli stabilimenti, si ridurrebbe il divario in termini di dimensioni tra esse e Newco. Se acquistassero alcuni stabilimenti le concorrenti minori (come Salzgitter o Voest-Alpine), si creerebbe una nuova forza concorrenziale, dotata di quote di mercato di circa il [5-10 %]\*. Ne risulterebbe una concorrente del medesimo ordine di grandezza di Arbed/Aceralia.
- (246) Inoltre, le cessioni proposte risolverebbero i problemi relativi all'industria automobilistica indicati nella comunicazione degli addebiti. Oltre il 65 % delle cessioni riguarda questo settore. L'indagine ha mostrato che la procedura di accreditamento dei fornitori si svolge al livello dello stabilimento: i potenziali acquirenti otterrebbero quindi l'accesso anche ad alcuni clienti del settore automobilistico, poiché acquisterebbero gli stabilimenti che li riforniscono. Come hanno spiegato le parti nella loro risposta, per l'approvvigionamento in acciaio del settore automobilistico vengono organizzate gare di appalto aperte alla concorrenza. Grazie alle cessioni proposte, i clienti dell'industria automobilistica potranno trovare fonti alternative di approvvigionamento rispetto a Newco, poiché nuovi o più forti concorrenti saranno in grado di partecipare alle gare di appalto.
- (247) Inoltre, con le cessioni si eliminerebbe in gran parte il controllo congiunto dei massimi produttori di acciaio della Comunità sul mercato dei prodotti in acciaio zincato. In tal modo si ridurrebbero gli incentivi e le possibilità per le concorrenti di coordinare il loro comportamento.
- (248) Infine, poiché le cessioni vengono effettuate sul territorio stesso in cui hanno sede le imprese partecipanti alla concentrazione (l'area comprendente Francia, Spagna, Portogallo e Benelux), si ridurrebbero anche gli incentivi a sviluppare mercati geografici subcontinentali per i prodotti in oggetto.
- (249) Tali considerazioni sono state confermate dal test di mercato dei rimedi proposti, effettuato dalla Commissione.

**2. Distribuzione dell'acciaio**

- (250) Le cessioni proposte eliminerebbero le preoccupazioni in materia di concorrenza rilevate dalla Commissione riguardo a vari mercati della distribuzione in Francia e in Spagna/Portogallo.
- (251) In Francia, la cessione di Cofrafer ridurrebbe la quota totale di Newco sul mercato dei centri di servizi siderurgici da circa il [40-45 %]\* a circa il [35-40 %]\* nel 2000. Per quanto riguarda i mercati dei grossisti di prodotti piatti in acciaio al carbonio e dei centri di ossitaglio, dopo le cessioni le quote di mercato di Newco saranno di circa il [30-35 %]\*. Cosa ancora più importante, la cessione eliminerà le sovrapposizioni sui mercati dei centri di servizi siderurgici, dei grossisti e dei centri di ossitaglio in Francia, poiché essa include tutte le attività di distribuzione dell'acciaio svolte da Arbed/Aceralia su questi mercati.
- (252) Inoltre, la cessione di Bamesa ridurrebbe in misura considerevole le quote di Newco sul mercato dei centri di servizi siderurgici in Spagna/Portogallo. In base alla situazione nel 2000, la quota di Newco in Bamesa rappresenta circa il [15-20 %]\* del mercato. Dopo la cessione, la quota di mercato di Newco passerebbe dal [45-50 %]\* al [25-30 %]\*. Le quote delle concorrenti sono del [10-15 %]\* per Grupo Ros, del [5-10 %]\* per Gutser e del [5-10 %]\* per A. Gallardo. Se si considerano i mercati nazionali, la quota di mercato di Newco si ridurrebbe dal [40-45 %]\* al [25-30 %]\* in Spagna e dal [65-70 %]\* al [30-35 %]\* in Portogallo. La cessione consentirà quindi a una concorrente di accrescere di molto la propria quota di mercato, controbilanciando lo squilibrio causato dalla fusione tra Usinor, Arbed e Aceralia.
- (253) Tali considerazioni sono state confermate dal test di mercato dei rimedi proposti, effettuato dalla Commissione.

**3. Conclusione**

- (254) La Commissione ritiene quindi che gli impegni costituiscono un rimedio soddisfacente per le preoccupazioni in materia di concorrenza da essa indicate riguardo ai mercati dell'acciaio zincato e della distribuzione dell'acciaio.

## VII. CONCLUSIONE

(255) Sulla scorta di tutte queste considerazioni, la Commissione è giunta alla conclusione che, purché vengano rispettati appieno gli impegni figuranti nell'allegato della presente decisione, la progettata operazione di concentrazione non farà sorgere problemi di concorrenza e, in particolare, non conferirà a Newco Steel il potere di:

- determinare i prezzi, controllare o ridurre la produzione o la distribuzione o impedire la concorrenza effettiva in una parte sostanziale del mercato dei prodotti in oggetto,
- eludere le regole di concorrenza stabilite dal trattato CECA, in particolare creando una posizione artificialmente privilegiata, tale da comportare un sostanziale vantaggio nell'accesso alle forniture o ai mercati.

(256) In tal modo, risultano soddisfatte le condizioni stabilite all'articolo 66, paragrafo 2 del trattato CECA. La concentrazione proposta è quindi autorizzata, a condizione che vengano rispettati appieno i seguenti impegni assunti dalle parti (soggetti a eventuali modifiche, a norma della clausola di revisione stabilita nell'allegato):

[...]\* (Cfr. in allegato la versione non riservata degli impegni).

(257) Tali elementi degli impegni si configurano come condizioni, poiché solamente rispettandoli (con eventuali modifiche, a norma della clausola di revisione stabilita nell'allegato) sarà possibile attuare il cambiamento strutturale sui mercati rilevanti. Gli altri elementi degli impe-

gni, riguardanti le misure di attuazione necessarie per giungere al cambiamento strutturale perseguito, si configurano come obblighi ai sensi dell'articolo 66, paragrafo 5, quinto comma del trattato CECA,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

*Articolo 1*

L'operazione di concentrazione tramite la quale le imprese Arbed SA, Aceralia Corporación Siderúrgica SA e Usinor SA attuano tra loro una fusione, costituendo la società Newco Steel, è autorizzata a norma dell'articolo 66, paragrafo 2, del trattato CECA, purché vengano rispettati appieno gli impegni indicati in allegato e in particolare alle seguenti condizioni:

[...]\* (Cfr. versione non riservata degli impegni, figurante nell'allegato).

*Articolo 2*

Le parti notificanti sono destinatarie della presente decisione.

Fatto a Bruxelles, il 21 novembre 2001.

*Per la Commissione*

Mario MONTI

*Membro della Commissione*

*ALLEGATO*

Il testo integrale in lingua originale delle condizioni e oneri di cui all'articolo 1 può essere consultato sul seguente sito web della Commissione:

[http://europa.eu.int/comm/competition/index\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html)

---