II

(Actos cuya publicación no es una condición para su aplicabilidad)

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 17 de julio de 1996

relativa a un procedimiento con arreglo al Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo

(Asunto nº IV/M.737 — Ciba-Geigy/Sandoz)

(El texto en lengua alemana el es único auténtico)

(Texto pertinente a los fines del EEE)

(97/469/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo, de 21 de diciembre de 1989, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas (en adelante, «Reglamento de concentraciones») [1] y, en particular, el apartado 2 de su artículo 8,

Visto el Acuerdo EEE y, en particular, su artículo 57,

Vista la Decisión de la Comisión, de 2 de mayo de 1996, sobre incoación del procedimiento en relación con este asunto,

Después de haber oído al Comité consultivo de control de operaciones de concentración de empresas [2],

Considerando lo que sigue:

(1) La presente notificación de 27 de marzo de 1996 se refiere a la proyectada fusión de Ciba-Geigy AG (Ciba) y Sandoz AG (Sandoz), ambas con sede en Basilea, en una empresa común, Novartis AG (Novartis).

(2) Por Decisión de 18 de abril de 1996, la Comisión ordenó la suspensión de la ejecución de la concentración notificada con arreglo al apartado 2 del artículo 7 y al apartado 2 del artículo 18 del Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo (Reglamento de concentraciones) hasta que adoptase una decisión definitiva al respecto.

(3) Tras examinar la notificación, la Comisión concluyó que el proyecto entraba en el ámbito de aplicación del Reglamento de concentraciones y planteaba serias dudas en cuanto a su compatibilidad con el mercado común. En consecuencia, mediante Decisión de 2 de mayo de 1996, incoó el procedimiento con arreglo a la letra c) del apartado 1 del artículo 6 del Reglamento de concentraciones.

(4) El 2 de julio del 1996, el Comité consultivo debatió el proyecto de la presente Decisión.

I. LAS PARTES

(5) Ciba es un fabricante de productos biológicos y químicos en los ámbitos de la salud, la agricultura y la industria.

[1] DO nº L 395 de 30. 12. 1989, p. 1, versión rectificada en el DO nº L 257 de 21. 9. 1990, p. 13.
[2] DO nº C 230 de 29. 7. 1997.

(6) Sandoz es un fabricante de productos biológicos y químicos en los ámbitos de la salud, la alimentación, la agricultura y los productos químicos para la construcción.

II. OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN

(7) La proyectada concentración de las partes constituye una fusión a efectos de la letra a) del apartado 1 del artículo 3 del Reglamento de concentraciones. Ciba y Sandoz pretenden fusionarse en una nueva empresa común, Novartis. Con arreglo al previsto canje de acciones, los accionistas de Sandoz obtendrán el 55 % de las participaciones en Novartis y los accionistas de Ciba, el 45 % restante.

(8) Según el deseo de las partes, tres ámbitos quedarán al margen de la concentración. El ámbito de química especializada de Ciba (productos químicos industriales), compuesto por las divisiones de colorantes textiles, sustancias químicas, aditivos, pigmentos y polímeros, se pretende incorporar tras la fusión, en forma de empresa única, a otras sociedades independientes, cuya sociedad dominante cotizará en bolsa y será traspasada por Novartis a sus accionistas. Según las partes, después de este traspaso no habrá ningún vínculo consorcial entre Novartis y la nueva sociedad dominante. La división Mettler-Toledo de Ciba se vendió, de acuerdo con la información facilitada por las partes, el 2 de abril de 1996 al grupo de inversores estadounidense AEA MT Inc. El contrato de compraventa se ejecutará tras la obtención de las correspondientes autorizaciones administrativas. La división de Sandoz Bau & Umwelt (productos químicos para la construcción) forma parte de MBT Holding AG y se tiene previsto venderla antes o después de la fusión. Estos tres ámbitos han de considerarse parte de las empresas implicadas conforme al apartado 2 del artículo 1, dado que inicialmente se incorporarán a Novartis.

III. DIMENSIÓN COMUNITARIA

(9) El volumen de negocios mundial de Ciba y de Sandoz es superior a 5 000 millones de ecus. El volumen de negocios mundial de Ciba asciende a unos 13 100 millones de ecus, y el de Sandoz, a unos 9 100 millones de ecus. Ambas empresas realizan un volumen de negocios comunitario superior a 250 millones de ecus. El volumen de negocios comunitario de Ciba supera los 4 000 millones de ecus, y el de Sandoz es superior a 2 500 millones de ecus. Ni Ciba ni Sandoz realizaron más de dos tercios de su volumen de negocios comunitario en un solo Estado miembro.

IV. VALORACIÓN CON ARREGLO AL ARTÍCULO 2 DEL REGLAMENTO DE CONCENTRACIONES

(10) Ciba y Sandoz realizan actividades comerciales que se solapan parcialmente en lo que concierne a los productos sanitarios «health care», productos fitosanitarios («crop protection»), productos zoosanitarios («animal health») y semillas («seeds»).

(11) Según la información facilitada por las partes, no hay solapamiento en los ámbitos de productos químicos industriales («industrial chemicals»), alimentación («nutrition»), química de la construcción y básculas. En lo que se refiere a dichos ámbitos, hay una serie de mercados en los que alguna de las partes alcanza cuotas superiores al 25 %, si bien sus posiciones no se ven fortalecidas por la concentración, dada la falta de solapamientos.

A. PRODUCTOS SANITARIOS

(12) De acuerdo con las partes, la expresión productos sanitarios abarca productos farmacéuticos, lentes de contacto y productos de mantenimiento de lentes de contacto. Las actividades de Ciba y Sandoz únicamente se solapan en el caso de los productos farmacéuticos.

(13) Según la información facilitada por las partes, las cuotas en el mercado comunitario de Ciba en el ámbito de las lentes de contacto y los productos de mantenimiento de éstas son muy inferiores al 25 %. A escala nacional, la cuota de Ciba en el mercado de lentes de contacto se situó en siete Estados miembros entre el 25 % y el 41 %, y en el caso de los productos de mantenimiento de lentes de contacto, alcanzó estos valores en seis Estados miembros. Dado que no se produce una acumulación de cuotas de mercado y a falta de otros indicios que apunten a un reforzamiento de la posición de Ciba en el mercado derivado de la concentración, no se observa que ésta dé lugar a la creación o al fortalecimiento de una posición dominante en el mercado.

(14) En cambio, el proyecto de concentración produce en un gran número de mercados de productos farmacéuticos una acumulación de cuotas de mercado. No obstante, únicamente se han de estudiar más de cerca las repercusiones sobre la rauwolfia, los betabloqueantes, la calcitonina, los relajantes musculares, así como un aspecto de la terapia génica HS-TK. Sin embargo, la concentración tampoco da lugar en estos casos a la creación o al fortalecimiento de una posición dominante en el mercado.

1. *Delimitación de los mercados de productos*

(15) La Comisión se ha ocupado en repetidas ocasiones de la delimitación de los mercados de productos farmacéuticos y ha establecido en las correspondientes decisiones una serie de principios

(véanse las Decisiones de 10 de junio de 1991, Sanofi/Sterling Drug; de 29 de abril de 1993, Procordia/Herbamond; de 18 de abril de 1994, Rhône-Poulenc/Cooper; de 20 de junio de 1994, La Roche/Syntex; de 19 de septiembre de 1994, AHP/Cyanamid; de 28 de febrero de 1995, Glaxo/Wellcome; de 3 de abril de 1995, Behringwerke AG/Armour Pharmaceutical Co.; de 22 de junio de 1995, Hoechst/Marion Merrell Dow; de 28 de septiembre de 1995, Upjohn/Pharmacia).

a) **Medicamentos**

(16) Con arreglo a la «Anatomical Therapeutic Classificationa» (ATC), reconocida y utilizada por la Organización Mundial de la Salud, los medicamentos pueden dividirse en distintas clases terapéuticas. Esta clasificación, que ya fue utilizada por la Comisión en asuntos anteriores, permite agrupar los medicamentos en función de su composición y de sus propiedades terapéuticas.

(17) El tercer nivel de la clasificación ATC permite la agrupación de medicamentos en función de sus indicaciones terapéuticas, es decir, de su utilización prevista, y, por consiguiente, puede emplearse en tanto que definición de mercado operativa. No obstante, es posible que resulte conveniente proceder a análisis en otros niveles de la clasificación ATC. Por ejemplo, podría ser necesario unir determinados grupos. Éste sería el caso si ciertos productos pertenecientes a distintas clases de la ATC se utilizaran de forma indistinta para el tratamiento de una enfermedad específica. Por otra parte, también podría resultar razonable establecer una delimitación del mercado más estricta si los medicamentos en cuestión tuviesen indicaciones claramente divergentes. En este sentido, se ha de tener en cuenta, además, que la utilización de medicamentos puede variar de un país a otro.

(18) Por lo demás, los medicamentos pueden subdividirse en distintos segmentos, atendiendo a diversos criterios, particularmente desde la perspectiva de la demanda. Una diferenciación posible sería entre medicamentos con o sin prescripción médica obligatoria. También se podría distinguir entre medicamentos que son total o parcialmente reembolsados por los regímenes de seguros de enfermedad y medicamentos que no son reembolsados. Todos estos segmentos se solapan parcialmente. La mayoría de los medicamentos con prescripción médica son reembolsados, mientras que no ocurre lo mismo con la mayor parte de los medicamentos sin prescripción. Además, la clasificación de un medicamento en un segmento determinado no es definitiva, sino que está basada en decisiones de las autoridades, que pueden dar lugar a cambios de un segmento a otro.

(19) Las partes coinciden con la Comisión en que la delimitación del mercado en virtud del tercer nivel de la clasificación ATC es adecuada en la mayor parte de los casos, dado que los productos de este nivel están destinados, por lo común, a tratamientos coincidentes y no pueden sustituirse por productos de otras clases. Las partes también reconocen que esta delimitación no siempre responde a la necesidad de intercambiabilidad funcional desde la óptica de la demanda. En opinión de las partes, las excepciones se producen cuando las clases de la ATC no distinguen en función de los ámbitos de utilización terapéutica, sino que atienden también a los principios activos farmacológicos y a las formas farmacéuticas. Las partes estiman, por tanto, que la delimitación del mercado podría resultar en unos casos demasiado estricta y, en otros, demasiado vasta.

(20) Los competidores consultados por la Comisión comparten, en principio, este punto de vista y también convienen en que la delimitación de los mercados de productos con arreglo al tercer nivel de la clasificación ATC puede ser inadecuada en algunos casos concretos por resultar demasiado estricta o vasta.

(21) La intercambiabilidad de los productos no depende, en principio, de su identidad física técnica o química, sino de su intercambiabilidad funcional desde el punto de vista de quienes deciden sobre su consumo, es decir, tratándose de medicamentos con prescripción médica, de los facultativos autorizados. Ahora bien, los hábitos de prescripción de los médicos se ven sistemáticamente influidos por los conocimientos científicos objetivos a los que tienen acceso en relación con la actividad y la analogía de los medicamentos (véase, por ejemplo, la sentencia del Tribunal Supremo alemán en el asunto Valium, WuW/E BGH 1445, pp. 1447 y ss.). A modo de ejemplo, pueden ser argumentos contrarios a una delimitación del mercado más amplia la distinta tolerancia de los medicamentos en el paciente y las diferencias de precio. Por ello, la delimitación del mercado de medicamentos con prescripción médica no puede hacerse sólo en función de que distintos medicamentos se prescriban para la misma enfermedad y, por tanto, formen parte del mismo grupo de indicaciones. Lo determinante es la prescripción en virtud de razones médicas que coincidan en lo esencial. En lo relativo a este tipo de hábito de prescripción puede atenderse, por ejemplo, a la coincidencia de los medicamentos en cuanto a sus principios activos, tolerancia, toxicidad y efectos secundarios.

(22) Al no existir, según las partes, la información pertinente en la clasificación ATC, éstas remiten, respecto de la segmentación del mercado y de los correspondientes datos que presentan, a una clasificación elaborada por la asociación europea de fabricantes de medicamentos EPHMRA, que sirve de base a las cifras del IMS y que coincide en buena medida, siempre según las partes, con la clasificación ATC. De las investigaciones de la Comisión se desprende que los competidores de

las partes también parten de una amplia coincidencia entre ambas clasificaciones. En razón de su viabilidad, la Comisión ha tomado la segmentación y denominaciones utilizadas por las partes como base de cuanto se expondrá a continuación.

(23) Respecto de los mercados de productos pertinentes para la valoración de la concentración, las partes estiman que la delimitación conforme al tercer nivel de la clasificación ATC es demasiado estricta en lo que concierne a determinados medicamentos para el tratamiento de la hipertensión (rauwolfia, betabloqueantes) y la osteoporosis (calcitonina), los cuales, según las partes, son sustituibles y, de hecho, se sustituyen por productos pertenecientes a otras clases de la ATC. En cambio, consideran demasiado vasta la clasificación en lo relativo a los relajantes musculares. En cuanto a los demás medicamentos pertinentes para la valoración de la concentración, las partes opinan que la delimitación del mercado sobre la base del tercer nivel de la clasificación ATC resulta, en buena medida, adecuada. Así se desprende también de las investigaciones realizadas por la Comisión.

1) *Rauwolfia y betabloqueantes*

(24) La rauwolfia es un antihipertensivo. De acuerdo con las partes, en el caso de las asociaciones de rauwolfia y diuréticos del grupo C2D se trata de medicamentos que se caracterizan por estar compuestos de reserpina y un diurético. La reserpina es una sustancia activa vegetal que, según las partes, tiene el inconveniente de poder causar depresiones en caso de administración prolongada. Los diuréticos pueden producir, como efecto secundario, una carencia de potasio, sobre todo en caso de administración prolongada y en dosis elevadas. Las partes señalan que se intenta reducir los efectos secundarios mediante la combinación de diversas sustancias activas.

(25) De acuerdo con las partes, los preparados a base de rauwolfia son los antihipertensivos más antiguos del mercado. Señalan que para el tratamiento de la hipertensión existen distintas clases de sustancias, que, ordenadas de forma cronológica según su aparición en el mercado, son fundamentalmente las siguientes: diuréticos, antihipertensivos de acción central, betabloqueantes, vasodilatadores, antagonistas del calcio e inhibidores de ACE. Según las partes, estos medicamentos están sujetos a prescripción médica en todos los países del EEE. Las terapias se determinan en cada caso concreto en función de la gravedad de la hipertensión, de las enfermedades colaterales, del tratamiento previo y de la experiencia terapéutica del médico. En la mayoría de los casos hay distintas posibilidades para lograr el mismo objetivo terapéutico. Algunos competidores de las partes han coincidido en citar como excepción a la idoneidad general del tercer nivel de la clasificación ATC para delimitar el mercado diversos preparados para el tratamiento de la hipertensión pertenecientes a distintas clases del tercer nivel de la ATC.

(26) Según la información facilitada por las partes, la rauwolfia figuraba hace diez o quince años entre los antihipertensivos más vendidos en países como Alemania, Austria o Italia. Señalan que, desde hace algunos años, los preparados a base de rauwolfia se consideran anticuados desde un punto de vista médico. Muchos médicos jóvenes ya no recurren a estos medicamentos, sino que aplican una terapia basada en el tratamiento escalonado de la hipertensión. En lo que ha podido determinar la Comisión en el curso de sus investigaciones, las publicaciones especializadas ya no incluyen la rauwolfia entre los principales antihipertensivos, es decir, entre los medicamentos de utilización preferente. Sin embargo y siempre según las partes, los preparados de rauwolfia aún se utilizan en el tratamiento de mantenimiento de pacientes mayores en aquellos países en los que antes eran muy vendidos. Fundamentalmente se utilizan en pacientes que durante mucho tiempo han respondido bien a estos medicamentos. No obstante, el porcentaje de ventas de los preparados de rauwolfia están descendiendo paulatinamente. Aun cuando el alcance de esta sustitución difiera de unos Estados miembros a otros, de las investigaciones de la Comisión no se desprende necesidad alguna de proceder a una delimitación de los mercados de productos de rauwolfia que difiera de unos países a otros.

(27) A pesar de la mencionada sustitución creciente de la rauwolfia por otros antihipertensivos, la agrupación de los preparados de esta sustancia y de los demás medicamentos citados para el tratamiento de la hipertensión en un único mercado de productos aún plantea dudas. El hecho, por ejemplo, de que la elección del medicamento dependa, entre otras cosas, de la edad del paciente y de los posibles efectos secundarios desaconseja tal agrupación. Los distintos remedios para el tratamiento de la hipertensión tienen efectos secundarios que, en parte, difieren de manera sustancial y probablemente excluyen su intercambiabilidad en algunos pacientes. Además, en Alemania, por citar un ejemplo, la Liga Alemana para el Tratamiento de la Hipertensión («Deutsche Liga zur Behandlung des hohen Blutdrucks e.V.») ha establecido un tratamiento escalonado de la hipertensión que utiliza diferentes preparados en cada una de sus fases. Este hecho también constituye un argumento contrario a la presunción de una intercambiabilidad total de estos medicamentos. A ello aún hay que añadir las particularidades de los productos a base de rauwolfia citadas por las propias partes. Según la información recogida, estos productos ya no se recomiendan entre los principales medicamentos para el tratamiento de la hipertensión, lo cual limita su intercambiabilidad con

preparados como los betabloqueantes o los diuréticos. El continuado descenso de la demanda de preparados a base de rauwolfia también es una prueba de que, en la actualidad, estos productos en general ya sólo se recetan a un grupo de pacientes muy determinado. Las propias partes señalen que, actualmente, la rauwolfia se prescribe sobre todo a pacientes mayores. Pero, en definitiva, habida cuenta de la sustitución de esta sustancia por otros antihipertensivos, el mercado afectado es, en cualquier caso, más amplio que el de la rauwolfia C2D.

(28) También cabría plantear la agrupación en un mercado de los betabloqueantes y los diuréticos, dado que ambos productos se incluyen, según se desprende de las investigaciones de la Comisión, entre los principales medicamentos para el tratamiento de la hipertensión. Pero teniendo en cuenta los distintos modos de acción y efectos secundarios de estos preparados, su agrupación resulta muy dudosa. Sin embargo, según las investigaciones de la Comisión, las asociaciones de betabloqueantes C7B y los betabloqueantes solos C7A sí pueden agruparse en un único mercado. Las primeras son asociaciones de betabloqueantes con otros preparados que vienen predeterminadas por los fabricantes. Este tipo de utilización aparentemente también va en descenso y puede sustituirse por la administración combinada de betabloqueantes solos y otros diversos medicamentos. El hecho de que se prefiera la administración de medicamentos distintos se debe a las mayores posibilidades de dosificación por parte del médico tratante. La ventaja aducida de la combinación es que el paciente tiene que tomar menos pastillas y no tiene que controlar él mismo la correcta dosificación. Por lo demás, la agrupación de los betabloqueantes solos y los preparados asociados con betabloqueantes coincide con la sistematización de la clase «asociaciones de rauwolfia y diuréticos» de la ATC. La separación de unos y otros en dos segmentos distintos daría lugar a una subdivisión inadecuada en dos mercados diferentes de productos económicamente vinculados. A los efectos de la presente Decisión, no es necesario profundizar más en la cuestión de la intercambiabilidad de los betabloqueantes con otros antihipertensivos.

2) *Calcitonina*

(29) La calcitonina es, según la información facilitada por las partes, una hormona que está presente de forma natural en el cuerpo humano. Su función es la de garantizar el desarrollo óseo y normalmente mantiene un equilibrio con las hormonas que causan la degradación de los huesos. Con la edad, este equilibrio se desplaza en ocasiones hasta prevalecer la degradación, que da lugar a la osteoporosis. Por ello, las calcitoninas H4A se emplean primordialmente en el tratamiento de dicha enfermedad. De acuerdo con las partes, en Suecia y los Países Bajos, las calcitoninas sólo están autorizadas para el tratamiento de la enfermedad de Morbus Paget, una rara afección ósea.

(30) Las partes argumentan que todos los preparados utilizados para el tratamiento de la osteoporosis pueden sustituirse por la calcitonina. Así ocurre, al menos, con la calcitonina H4A y la mayoría de los preparados de la clase de productos reguladores del calcio óseo M5B (bisfosfonatos), que, según las partes, están sujetos a prescripción médica en todos los Estados miembros del EEE. Además, conforme a la práctica alemana, son parcialmente intercambiables los fluoruros (A12C otros suplementos minerales) y las calcitoninas. Por lo demás, las partes estiman que, en cierta medida, también puede producirse una sustitución por los preparados minerales (calcio A12A) empleados en la prevención de la osteoporosis. Por último, consideran que hay una posibilidad limitada de sustitución mediante preparados hormonales (asociaciones de estrógenos G3C).

(31) De acuerdo con las partes, en el tratamiento de la osteoporosis no se da una separación nítida, desde la perspectiva del médico, entre la prevención y el tratamiento propiamente dicho; la transición es más bien fluctuante. Aún no existen criterios uniformes y objetivos reconocidos a escala internacional para determinar el momento en que debe iniciarse la administración de medicamentos. Las consideraciones en torno al coste, la experiencia y formación del médico, los distintos hábitos nacionales y los síntomas colaterales en el paciente son otros tantos parámetros determinantes a la hora de decidir el tratamiento. No obstante, de la información facilitada por las propias partes se desprenden los principales ámbitos de utilización de los preparados mencionados.

(32) Las investigaciones de la Comisión han demostrado que, al menos, las calcitoninas y la mayoría de los bisfosfonatos pueden considerarse en gran medida intercambiables y, por tanto, pertenecen a un único mercado de productos. Ambos productos se utilizan esencialmente en el tratamiento, y no en la prevención, de la osteoporosis. De acuerdo con la información facilitada por las partes, ambos contribuyen al aumento de la densidad ósea y, correctamente administrados, tienen pocos efectos secundarios. En el caso de las calcitoninas, los escasos efectos colaterales son: sensación de calor, molestia de la mucosa nasal y malestar. Los bisfosfonatos pueden producir acidez y molestias estomacales si no se administran correctamente. Según las partes, los nuevos bisfosfonatos son mejor tolerados. Ambos productos están siendo objeto, siempre según las partes, de un estudio destinado a demostrar que reducen el riesgo de fracturas óseas a largo plazo, y sólo a medio plazo, como ya se admite en la actualidad. En consecuencia, son intercambiables, cuando menos, respecto de la mayoría de los pacientes. Las partes han presentado diversas publicaciones en las que se documenta una utilización similar de los bisfosfonatos y las calcitoninas.

(33) Los resultados de las investigaciones de la Comisión vienen a confirmar este extremo. Las autoridades de competencia suecas también han comunicado a la Comisión que su consulta a la «Medical Products Agency» confirmó que los bisfosfonatos pueden intercambiarse en la mayoría de los casos por calcitoninas. Por lo demás, dichas autoridades han señalado que esto también puede ser aplicable a los demás preparados citados por las partes.

(34) A la intercambiabilidad de las calcitoninas y los bisfosfonatos pueden oponerse las diferencias entre los principios activos de ambos preparados. El hueso formado por estos preparados también presenta estructuras ligeramente divergentes. Las partes atribuyen a la calcitonina un efecto analgésico adicional. No obstante, este aspecto carece de importancia, dado que la osteoporosis, en general, no produce dolores. Con todo, habida cuenta de la falta de conocimientos concluyentes sobre las causas de la osteoporosis, actualmente no parece que ninguno de los dos principios activos presente a priori ventajas sobre el otro en determinados pacientes. Según las partes, por el momento, la calcitonina sólo puede administrarse por vía nasal o mediante inyecciones, en tanto que los bisfosfonatos autorizados para el tratamiento de la osteoporosis se ingieren por vía oral. Sin embargo, las partes señalan que una empresa británica ha comunicado que ha ensayado con éxito la administración de calcitonina por vía oral y que a finales de este año solicitará la autorización. Además, una empresa italiana también ha logrado desarrollar, según las partes, una calcitonina de administración oral. En cualquier caso, la diferencia aún existente entre las formas de utilización no puede considerarse relevante desde la perspectiva de los pacientes. La administración oral de bisfosfonatos no constituye, en todo caso, ningún inconveniente para el paciente y, por tanto, no impide su intercambiabilidad. Por otra parte, en las demás clases de la ATC también se agrupan distintas formas de administración en un solo mercado de productos, por lo que esta diferencia no puede aducirse, de manera general, como argumento determinante. Sin embargo, la inclusión en un mercado único no es aplicable a todos los bisfosfonatos. El bisfosfonato de Ciba (marca Aredia) sólo abarca un limitado ámbito de utilización y no está autorizado ni es apropiado para el tratamiento de la osteoporosis. Únicamente está disponible como solución para la perfusión, mientras que, según las partes, todos los demás bisfosfonatos modernos pueden administrarse por vía oral.

(35) En definitiva, los bisfosfonatos autorizados para el tratamiento de la osteoporosis han de considerarse intercambiables con las calcitoninas, al menos a efectos de la valoración desde el punto de vista del control de las concentraciones. Dado que los productores de calcitonina no pueden adoptar estrategias de precios propias de cara a una minoría de consumidores para los que la calcitonina tal vez no resulte sustituible por otros preparados, el margen de maniobra competitivo que tienen frente al conjunto de su clientela se ve limitado por los productores de bisfosfonatos utilizados en el tratamiento de la osteoporosis. Por lo demás, la calcitonina también puede ser sustituida por los bisfosfonatos en el tratamiento de la enfermedad de Morbus Paget.

3) *Relajantes musculares*

(36) Los relajantes musculares, pertenecientes al tercer nivel de la ATC, abarcan, de acuerdo con las partes, diversas indicaciones, que no se separan hasta el cuarto nivel y, dentro de tal separación, vuelven a ser intercambiables con otros productos farmacéuticos de otras clases.

(37) Las partes señalan que los relajantes musculares M3B sujetos están a prescripción médica en todos los Estados miembros del EEE. Afirman que los preparados de Ciba (Lioresal) y Sandoz (Sirdalud) apenas se solapan en sus ámbitos de aplicación. Las diferencias en cuanto a sus indicaciones justifican, siempre según las partes, la presunción de su pertenencia a mercados separados. Cabe distinguir entre espasmos musculares fuertes en caso de esclerosis múltiple, etc., y contracturas musculares leves debidas a una sobrecarga, que pueden causar un lumbago u otras formas similares de contracción. El Lioresal se emplea casi exclusivamente en el primer caso, mientras que el Sirdalud se utiliza sobre todo en el segundo.

(38) El preparado de Ciba sólo está autorizado en caso de espasticidad a raíz de enfermedades del sistema nervioso central; el de Sandoz lo está en ese mismo supuesto y cuando la espasticidad es consecuencia de una contractura muscular. Las partes subrayan que la estrategia de comercialización del producto de Sandoz gira plenamente en torno a las contracturas musculares. De acuerdo con la información facilitada por las partes, las estadísticas relativas a las prescripciones a escala europea arrojan los siguientes valores medios, desglosados por indicaciones: en lo que concierne al Lioresal, [. . .] [3] en caso de espasticidad en enfermedades del sistema nervioso central, [. . .] en caso de contracturas musculares y [. . .] en otros casos; por lo que se refiere al Sirdalud, [. . .] [3] en caso de contracturas musculares, [. . .] en caso de espasticidad en enfermedades del sistema nervioso central y [. . .] en otros casos. En el apartado «otros» se agrupa toda una serie de indicaciones secundarias -relativas tanto al sistema nervioso central como a las contracturas-, que, según las partes, representan valores siempre inferiores al [. . .], al igual que datos ilegibles o que no pueden

[3] Datos suprimidos por constituir secreto comercial.

contabilizarse objetivamente por otras razones. Las partes consideran que el mayor porcentaje de otras utilizaciones en el caso del Lioresal puede deberse a que hay muchos cuadros clínicos extraños de distinto nombre que van acompañados de espasticidad y que en realidad pertenecen a la categoría de espasticidad en enfermedades del sistema nervioso central.

(39) Las partes estiman que con la separación de los relajantes musculares M3B en dos mercados de productos distintos, ambas indicaciones entran en una relación de sustitución con los tranquilizantes N5C; además, la espasticidad puede ser tratada de forma sustitutiva con analgésicos N2B, con vasodilatadores cerebro-periférios C4A, con antiepilépticos N3A y con productos urológicos G4B, y las contracturas leves, con analgésicos N2B y antirreumáticos M1A. A los efectos de la presente Decisión, no es necesario decidir sobre una mayor delimitación del mercado.

(40) En definitiva, resulta conveniente, por tanto, dividir en dos mercados de productos independientes el tercer nivel de la clasificación ATC relativo a los relajantes musculares M3B. El primero de estos mercados abarca los medicamentos para el tratamiento de la espasticidad en enfermedades del sistema nervioso central, y el segundo, los medicamentos para tratar las contracturas musculares leves, pudiendo ser todos ellos sustituibles, a su vez, por otros productos de diferentes clases de la ATC.

b) **Sustancias activas**

(41) La producción de fármacos comprende, en general, dos procesos separados: elaboración de las sustancias activas y de los medicamentos propiamente dichos. La elaboración de los medicamentos consiste en la mezcla de la sustancia activa con otras sustancias y en la elaboración de sus distintas formas galénicas, como cápsulas o pastillas. Las sustancias activas se producen tanto para fines propios como para su venta. Por ello, estas sustancias cuentan con sus propios mercados, que constituyen una fase previa a los mercados de medicamentos.

c) **Mercados futuros**

(42) La valoración exhaustiva de las condiciones competitivas en la industria farmacéutica requiere el análisis de los productos que aún no están en el mercado, pero que ya se encuentran en una fase de desarrollo avanzada (normalmente, tras una importante inversión). El potencial de estos productos para competir con otros productos en desarrollo o ya en el mercado sólo puede evaluarse atendiendo a sus características y a su utilización terapéutica prevista. En este contexto, se ha de tener en cuenta que la investigación y el desarrollo normalmente no circulan entre distintas empresas farmacéuticas, sino que primordialmente están destinados a desarrollar sustancias activas y productos propios. Por otra parte, en el ámbito de la investigación, las empresas farmacéuticas colaboran con centros de investigación públicos o privados, así como con pequeñas empresas de biotecnología, que si bien poseen los conocimientos técnicos adecuados, no disponen de los medios e instalaciones necesarios para llevar a cabo la elaboración y los ensayos clínicos a que han de someterse los medicamentos para que sea autorizada su comercialización. La Comisión no sólo ha de examinar el potencial de investigación y desarrollo de cara a los mercados existentes, sino también con vistas a los mercados futuros.

(43) Ciertos competidores consultados por la Comisión señalan que se observa una tendencia a encomendar la investigación y el desarrollo a otras empresas. Algunos consideran que dichas actividades no constituyen un mercado propio, lo que, aparentemente, se debe sobre todo al hecho de que, al menos las empresas farmacéuticas investigadoras, aún realizan las actividades de investigación y desarrollo (I+D) casi exclusivamente con fines propios.

(44) En la medida en que la investigación y el desarrollo se han de evaluar de cara a su importancia para futuros mercados, la delimitación del mercado de referencia resulta, por su naturaleza, menos unívoca que en el caso de los mercados existentes. La delimitación del mercado sólo podrá hacerse en función de las clases ATC existentes cuando se trate de sustituir productos igualmente existentes. De lo contrario, dicha delimitación habrá de regirse primordialmente por las indicaciones a que responderán los futuros productos. A tal fin, deberán tenerse en cuenta la diferencias básicas entre los modos de acción. La presente concentración requiere un examen en profundidad de las actividades de investigación de las partes en el ámbito de la terapia génica HS-TK para el tratamiento de tumores cerebrales y de otro tipo. De acuerdo con la información facilitada por las partes, la terapia génica HS-TK no trata de curar una enfermedad de origen genético, sino que constituye un método para introducir una sustancia terapéutica en un lugar predeterminado. Este procedimiento se inscribe, según las partes, en la terapéutica de los genes suicidas, por la que, mediante un sistema de vectores, se infiltra un gen enzimático en las células enfermas. Después se administra un promedicamento, que se activa por medio del gen enzimático. Las partes señalan que los promedicamentos constituyen una fase previa a los medicamentos y que, en combinación con el gen enzimático, causan la citolisis. En este caso, se matan las células enfermas, mientras que las sanas no se ven afectadas. Las partes

argumentan que la terapia génica HS-TK compite directamente con otras terapias génicas, al igual que con otros procedimientos como pueden ser la quimioterapia, la inmunoterapia o la radioterapia.

(45) Únicamente puede convenirse con las partes en que se están persiguiendo otras terapias para el tratamiento de tumores. Sin embargo, por su modo de acción, éstas difieren considerablemente de la terapia génica HS-TK. Al igual que en el caso de la delimitación de los mercados de fármacos, no basta con remitir simplemente a un tratamiento coincidente. También se han de tener en cuenta las divergencias entre los principios activos, que pueden dar lugar a diferentes efectos y tolerancias. De forma análoga a la delimitación de los mercados de medicamentos, la terapia génica HS-TK para el tratamiento de tumores cerebrales y de otro tipo podría considerarse un futuro mercado de productos independiente. Sin embargo, a los efectos de la presente Decisión no es necesario adoptar una postura definitiva sobre la inclusión de otras terapias.

(46) Los trabajos de investigación en el ámbito de la terapia génica HS-TK realizados por la empresa estadounidense GTI, filial de Sandoz, se encuentran en las fases de investigación y desarrollo II/III. Esto significa que GTI ya ha logrado importantes avances en este ámbito y que es posible que el lanzamiento al mercado se produzca en los próximos 3 o 5 años. Las partes señalan que, a pesar de los avances de GTI, aún es muy incierto que esta forma de terapia vaya a emplearse alguna vez. No obstante, el interés que la Comisión ha podido observar en el mercado respecto de este ámbito es una prueba más de que no se trata en absoluto de un área que aún no revista importancia comercial. Al contrario, la Comisión ha comprobado que ya se han hecho inversiones financieras importantes, y en los mercados ya se está planteando la comercialización de la citada terapia génica.

2. *Mercado geográfico*

a) **Elaboración de los medicamentos**

(47) Conforme a las decisiones adoptadas hasta el momento por la Comisión, los mercados de productos farmacéuticos son mercados nacionales. Las investigaciones en el presente caso han demostrado que no hay razones para que la Comisión se aparte de su práctica decisoria habitual. Esta valoración también se ve confirmada por los resultados de una consulta realizada por la Comisión entre competidores de las partes.

(48) No obstante, se están realizando esfuerzos para lograr una unificación de alcance europeo. La armonización de la legislación técnica en la Comunidad y la entrada en vigor de nuevos procedimientos de autorización de medicamentos representan la plena realización del programa del mercado común por cuanto se refiere a los requisitos científicos y técnicos de los medicamentos. Desde comienzos de 1995, las empresas farmacéuticas tienen la posibilidad (o la obligación, en el caso de los productos biotecnológicos) de solicitar la autorización de un nuevo medicamento a la Agencia Europea para la Evaluación de Medicamentos, la cual formula a continuación una recomendación a la Comisión, cuya decisión es vinculante para todos los Estados miembros. En estos momentos, el mismo medicamento puede estar autorizado en diversos Estados miembros para indicaciones diferentes.

(49) La venta de medicamentos está condicionada por procedimientos administrativos o políticas de compra implantados por las autoridades sanitarias nacionales en los Estados miembros. Así, algunos países influyen directa o indirectamente en los precios y hay distintos niveles de reembolso por parte de los regímenes de seguridad social para las diferentes categorías de medicamentos. Por esta razón, el precio de los medicamentos difiere de un Estado miembro a otro. Además, hay diferencias importantes por cuanto se refiere a las estrategias de marcas y tamaños de las presentaciones, así como a los sistemas de distribución. Estas divergencias imprimen a los mercados unas características nacionales.

b) **Elaboración de las sustancias activas**

(50) En cambio, los mercados de sustancias activas, que constituyen una fase previa a los mercados de fármacos, revisten carácter internacional, y han de examinarse al menos en su dimensión comunitaria. Dada la ausencia de barreras arancelarias y el frecuente reconocimiento mutuo de licencias de producción entre Estados Unidos y el EEE, también cabría plantear una delimitación más amplia del mercado. Los competidores de las partes consultados por la Comisión tienden a considerar que se trata de mercados mundiales.

c) **Mercados futuros**

(51) Teniendo en cuenta que la investigación y el desarrollo permiten suponer el surgimiento de futuros mercados de productos en determinados ámbitos, las mencionadas restricciones nacionales se ven en cierta medida atenuadas. Los mercados

futuros se caracterizan por el hecho de que aún no han sido autorizados los productos correspondientes. Habida cuenta de la dimensión en general mundial de la investigación y el desarrollo, la consideración de los mercados futuros tendrá que abarcar, al menos, el territorio de la Comunidad Europea (CE) y, posiblemente, incluso mercados de alcance mundial. Los competidores consultados comparten, en términos generales, esta apreciación. En parte, señalan que la delimitación del mercado, referida a determinados proyectos, puede presentar diferencias en algunos casos concretos. Respecto de la delimitación geográfica de los mercados futuros, también puede tener una incidencia el ámbito de aplicación geográfico de las patentes. En cuanto a la terapia génica HS-TK, las patentes se solicitan y otorgan por separado en Estados Unidos y en Europa. La situación de la patente influye considerablemente en las posibilidades de comercialización por parte de los competidores de los titulares de la patente. Las diferencias en lo relativo a las patentes pueden desembocar en el futuro distintas situaciones competitivas dentro y fuera de la Comunidad. En cualquier caso, a los efectos de la presente Decisión, puede partirse de que la Comunidad constituye un mercado geográfico de referencia.

3. *Valoración desde el punto de vista de la competencia*

(52) Con la creación de Novartis surge el segundo fabricante mundial más importante de productos farmacéuticos tras Glaxo Welcome. Junto a éstos, hay toda una serie de grandes fabricantes como Hoechst Marion Roussel, Merck & Co., Bristol Myers Squibb, American Home Products, Johnson & Johnson, Pfizer, Rhône-Poulenc Rorer y Smith Kline Beecham. La participación de Novartis en el volumen de negocios mundial de fármacos probablemente será inferior al 5 %.

(53) Ciba y Sandoz tienen actividades en los ámbitos de la investigación, el desarrollo y la producción de sustancias químicas, así como en la producción y comercialización de medicamentos. De acuerdo con las partes, Novartis operará fundamentalmente en siete áreas médicas, a saber, inmunología/inflamaciones, trastornos del sistema nervioso central, circulación coronaria, enfermedades hormonales y metabólicas, cáncer, dermatología y asma.

a) **Medicamentos**

1) *Condiciones generales del mercado*

(54) Los fabricantes de medicamentos venden sus productos, en ocasiones por medio de sus empresas nacionales de comercialización, a mayoristas que, a su vez, los venden a farmacias, hospitales y otros compradores al por mayor. En parte, las ventas se realizan directamente del fabricante o de su empresa nacional de comercialización a los compradores al por mayor. Los sistemas de comercialización tienen una configuración distinta en los diferentes Estados miembros de la CE. Por lo común, los mayoristas de productos farmacéuticos, en su calidad de principales compradores, comercializan todos los medicamentos presentes en el mercado del país de que se trate. Disponen de grandes existencias, pero apenas influyen en la elección y la cantidad de fármacos que compran, sino que, en general, se limitan a transmitir a los fabricantes la demanda de médicos y farmacias.

(55) Los precios de la mayoría de los medicamentos se regulan directa o indirectamente mediante normas nacionales. Las diferencias entre los regímenes de precios y de reembolso de gastos desembocan en grandes divergencias entre los precios de los medicamentos en los Estados miembros.

(56) Los mercados de productos farmacéuticos se caracterizan, en general, por el hecho de que los productos se lanzan al mercado tras concluir su desarrollo y ensayo; posteriormente, experimentan un período de expansión -cuya duración es variable-, a lo largo del cual también entran en el mercado otros competidores, dependiendo, entre otras cosas, de cuál sea la situación de la patente. Según el éxito que el producto tenga en el mercado y una vez expirada la protección de la patente, aún accederán al mercado otros competidores para ofrecer el mismo producto en tanto que medicamento genérico.

(57) Las principales barreras de acceso al mercado con que se encuentran los productos nuevos son, según las empresas farmacéuticas consultadas, la larga duración de la investigación y el desarrollo, así como el elevado coste de su comercialización, debido, entre otras cosas, a la necesidad de obtener autorizaciones nacionales.

(58) En el futuro podrán acceder al mercado las empresas que actualmente tienen productos en fase de investigación y desarrollo. Según las partes, en este contexto se distinguen diversas fases de desarrollo. La fase I corresponde al inicio de los ensayos clínicos en seres humanos (entre 8 y 12 años antes de la comercialización). Las partes afirman que, en la fase I, los proyectos cuentan con unas posibilidades de éxito del 10 % como máximo. En general, las empresas no hacen públicas sus actividades en la fase I. La fase II (que comienza entre 6 y 7 años antes de la puesta en el mercado) está destinada a determinar la dosis exacta en los pacientes, así como los ámbitos de aplicación. La proporción de éxitos gira en torno al 30 %. En la fase III (que se inicia entre 3 y 4 años antes de la comercialización) se comprueba la eficacia en grupos de pacientes más numerosos. Las partes señalan que, incluso en fase III, hay un riesgo de fracaso superior al 50 %. Una vez concluidos los ensayos clínicos, comienza la fase de registro del medicamento, que, en general, se

prolonga al menos durante 1 o 2 años. Tras la concesión de la autorización, aún transcurren entre 6 y 12 meses, según los Estados miembros, hasta que se fija y autoriza el precio y se regula el reembolso por parte de la seguridad social antes de que el medicamento, pueda, por fin, ser lanzado al mercado [4].

(59) De acuerdo con la información facilitada por las partes, una vez que ha expirado la protección de la patente, el acceso al mercado de los competidores que ya se dedican a la fabricación de medicamentos resulta menos costoso. El coste de acceso al mercado es elevado mientras la sustancia activa de un medicamento esté protegida por patente. Los competidores tienen que adquirir una licencia o inventar otra sustancia activa de efecto equivalente o similar sin violar la patente original. Este producto paralelo ha de seguir todo el proceso de desarrollo preclínico y clínico, que, según las partes, puede llevar hasta 10 años y costar hasta 300 millones de ecus.

(60) Cuando un medicamento de un grupo está autorizado para una sola indicación, en general se ha de presumir, según las partes, que realmente sólo se utiliza para esa indicación. Está prohibido realizar cualquier tipo de publicidad o promoción de ventas para una indicación no autorizada. El médico que prescriba un medicamento para una indicación no autorizada se expone al riesgo de tener que responder por ello. En cuanto al reembolso de gastos, las partes señalan que los regímenes varían de un país a otro. En casos aislados, puede producirse el reembolso de los gastos incluso en el supuesto de que un medicamento se utilice al margen de sus indicaciones autorizadas, siempre que haya una justificación médica para ello. Las partes afirman que la utilización de fármacos al margen de sus indicaciones autorizadas tiene un peso cuantitativamente insignificante sobre el conjunto de las utilizaciones de medicamentos.

(61) Las particularidades de la producción de medicamentos inciden en la fiabilidad de las cuotas de mercado como parámetro de la valoración de la situación del mercado. Así ocurre, al menos, cuando existe la posibilidad de que en el mercado en cuestión compitan medicamentos genéricos y cuando hay otros competidores que operan con preparados originales. En general, hay que considerar que la competencia generada por productos ya existentes o que acaban de entrar en el mercado tiene un mayor peso en la industria farmacéutica que en otros sectores industriales. Esto se debe, sobre todo, a que en este mercado es mucho más fácil que un fabricante amplíe su capacidad y restrinja el margen de maniobra competitivo de los productores con mayores cuotas que en los mercados en que la ampliación de capacidades por parte de los competidores sólo es posible invirtiendo gran cantidad de recursos y, a menudo, se produce además con mucho retraso. Ese margen de maniobra competitivo derivado de tales retrasos no suele darse en el caso de los fabricantes de medicamentos, dado que la ampliación de capacidades de un fabricante ya presente en el mercado puede realizarse, en general, con relativa rapidez. Esto puede producirse aprovechando las propias capacidades de producción o, especialmente en el caso de los productos no protegidos por patente, encargando la producción a terceros. Las partes calculan que la explotación de capacidades por parte de los fabricantes de sustancias activas y productos farmacéuticos alcanza, en todo el sector, en torno al 50 %. Sin embargo, este mecanismo sólo puede aplicarse con reservas a los nuevos preparados protegidos por patente, debido a que la producción por encargo puede plantear problemas relacionados con la protección del secreto comercial.

2) *Repercusiones de la operación de concentración*

(62) Las partes operan en un gran número de mercados de productos farmacéuticos y cuentan con cuotas importantes en muchos mercados nacionales. Si se procede a la división de los mercados de productos con arreglo al tercer nivel de la clasificación ATC de la OMS, el proyecto de concentración no da lugar, en muchos otros mercados nacionales, a una acumulación de cuotas, a pesar de que, a menudo, alguna de las partes ocupe una posición muy importante en algunos de ellos.

(63) Las partes hacen mención en su notificación de 48 mercados nacionales que constituyen mercados afectados conforme al Reglamento de aplicación y que abarcan 23 grupos de productos diferentes (A4A Antinauseants, C1E Nitrites, C2D Rauwolfia & Comb. & Diuretics, C5C Variocose therapie. syst., C7A Betablocker plain, C7B Betablocker Comb, D4A Topical Antipuritics, G3C Estrogens, G3F Estrogen & Progesteron Comb., H4A Calcitonins, L4A immunosuppressive Agents, M1A Antirheumatic, nonsteroidal, M3B Muscle Relaxants, central, N2C Antimigranies, N7B Antismoking Products, R2A Throat Preps., S1X Other Ophthalmological, A12B Potassium, A12C other mineral supplements, H2B Corticosteroids Comb., R1B Syst. Nasalpreparations, R3C N-Steroidal Resp., R5D Antitussives).

[4] Estas diferencias en cuanto al reembolso de gastos por parte de la seguridad social siguen teniendo su importancia, incluso después de haberse creado la autorización centralizada europea.

(64) La acumulación de cuotas de mercado de las partes es muy reducida en muchos de los mercados afectados. A menudo, también ha caducado la patente de los productos que fabrican y han aparecido medicamentos genéricos. Aparentemente, el acceso al mercado de los medicamentos genéricos se produce sobre todo en los mercados más grandes. Esto puede deberse a que los costes de acceso al mercado de un fabricante de medicamentos genéricos derivados de los requisitos nacionales para la autorización de fármacos siguen constituyendo una barrera significativa en los mercados con un escaso volumen de ventas, de modo que la mera expiración de la protección por patente no implica necesariamente que se vaya a modificar la oferta en dichos mercados. Los costes de obtención de una autorización nacional abarcan los costes de autorización propiamente dichos y los costes de constitución del correspondiente expediente. Con todo, es cierto que el expediente creado para la autorización en un Estado miembro puede utilizarse, al menos parcialmente, para las solicitudes presentadas en otros Estados miembros.

(65) En otros 13 mercados nacionales, que afectan a 7 productos distintos (C1C, C2C, C5B, D1A, D6A, J1H, N4A), alguna de las partes alcanza una cuota de mercado superior al 25 %. Aunque ambas partes coinciden en diversos mercados de productos del EEE, en ningún mercado nacional se produce una acumulación de cuotas. Tampoco se observa en este contexto que la partes se encuentren en una relación de competencia, ni siquiera de forma potencial. En general, estos mercados son reducidos y las actividades de las partes a escala comunitaria son más bien de escaso alcance. No se aprecian estímulos para que las partes accedan a otros mercados.

(66) En otros 137 mercados de productos nacionales, relativos a 37 productos diferentes y en los que sólo una de las partes realiza ventas en el EEE, alguna de ellas posee cuotas de mercado superiores al 25 %. En estos mercados no es previsible que el proyecto de concentración vaya a crear o reforzar una posición dominante en el mercado. Teniendo en cuenta que estas actividades no se solapan, la concentración no reduce la competencia existente. Incluso si las partes, en su calidad de fabricantes de productos farmacéuticos, fuesen consideradas competidores potenciales, esto tampoco produciría una restricción significativa de la competencia potencial, dado que la misma consideración sería aplicable a los demás fabricantes importantes de fármacos.

(67) En el caso de los productos que admitirían una delimitación de mercados divergente del tercer nivel de la clasificación ATC, dicha delimitación tampoco produciría solapamientos adicionales de las actividades de las partes, ni un incremento de las cuotas en aquellos mercados en que se produce una acumulación de cuotas.

(68) Allí donde las partes tienen proyectos de investigación y desarrollo en las fases I y II, éstos tampoco dan lugar a nuevos solapamientos en aquellos mercados en que una de las partes ya ocupa una posición importante.

(69) A la hora de valorar las repercusiones de la concentración sobre los mercados de productos, pueden, en principio, tomarse en consideración una serie de condiciones generales del mercado:

— a menudo, los precios están regulados por el Estado, lo que limita el margen de maniobra competitivo de los fabricantes;

— se aprecia una presión general para que desciendan los costes del sector sanitario, presión que repercute en los precios de los fabricantes;

— en general, en el sector de productos farmacéuticos es mucho más fácil que en otros sectores económicos que los fabricantes amplíen sus capacidades tras registrar un éxito en el mercado; la mayor flexibilidad de los competidores para reaccionar resta importancia a la posesión de una elevada cuota en el mercado.

a) Asociaciones de rauwolfia y diuréticos

(70) Considerando el ámbito de los hipertensivos en su conjunto, la cuota de las partes es relativamente reducida. De acuerdo con la información facilitada por un competidor, las partes poseen en el mercado debidamente delimitado una cuota del 6,2 % a escala comunitaria, con una ligera tendencia a la baja. Esta posición conjunta de las partes relativiza, de entrada, las cuotas que alcanzan en los distintos mercados de productos.

(71) Una vez realizada la concentración, las partes tampoco contarán, en el ámbito de la rauwolfia, con el margen de maniobra competitivo que caracterizaría a una empresa dominante en el mercado, debido a la competencia de los demás fabricantes de preparados de rauwolfia y otros hipertensivos.

(72) Es cierto que si únicamente se consideraran las ventas de rauwolfia, la cuota de las partes sería elevada. Sin embargo, también se aprecia que, en todos los mercados afectados, están presentes otros fabricantes de rauwolfia.

Alemania

	Volumen (MECU)	C	S	acumul	(Boehringer)	(Bayer)	(P&G)
1993	34	4,3 %	66,4 %	70,7 %	15,7 %	5,2 %	2,6 %
1994	32,5	3,8 %	68,9 %	72,7 %	14,7 %	4,9 %	2,3 %
1995	30,8	4,1 %	69,8 %	73,9 %	13,7 %	4,7 %	2,3 %

Italia

	Volumen (MECU)	C	S	acumul	(Abbott)	(SKB)
1993	1,4	45,9 %	46,3 %	92,2 %	5 %	1,1 %
1994	1,2	49 %	45,9 %	94,9 %	4,2 %	0,9 %
1995	1	51,3 %	44 %	95,3 %	4,3 %	0,5 %

Austria

	Volumen (MECU)	C	S	acumul	(Boehringer)	(P&G)
1993	1,5	4,5 %	49,8 %	54,3 %	34,2 %	9,6 %
1994	1,2	4,5 %	49,2 %	53,7 %	34,6 %	9,8 %
1995	1,1	5,5 %	48,7 %	54,2 %	33,9 %	10 %

España

	Volumen (MECU)	C	S	acumul	(Lacer)	(Altana)	(Gross)
1993	1,1	3,8 %	45 %	48,8 %	36,7 %	7,3 %	7,3 %
1994	0,8	3,8 %	45,1 %	48,9 %	35,7 %	7,7 %	7,7 %
1995	0,7	3,7 %	45 %	48,7 %	35,7 %	7,8 %	7,8 %

EEE

	Volumen (MECU)	C	S	acumul	(Boehringer)	(Bayer)	(P&G)
1993	40,1	7,2 %	63,2 %	70,4 %	14,9 %	4,5 %	2,6 %
1994	36,6	6,8 %	65,6 %	72,4 %	14,1 %	4,3 %	2,4 %
1995	34,3	6,7 %	66,6 %	73,3 %	13,3 %	4,2 %	2,4 %

(73) Por otra parte, se ha de tener en cuenta que las ventas de las asociaciones de rauwolfia con diuréticos C2D están experimentando un retroceso considerable. Las ventas de las partes también han descendido en cifras absolutas. Además, según la información facilitada por éstas, sus medicamentos ya no están protegidos por patente. Sus patentes básicas relativas a dos sustancias activas expiraron entre 1976 y 1979.

(74) De acuerdo con las partes, los precios de los productos de Ciba en Alemania aumentaron entre 1993 y 1995 en más de un 10 %, y los de Sandoz, en más de un 5 %. Con todo, estas subidas apenas superan el porcentaje medio de encarecimiento registrado a lo largo de ese período, de modo que no pueden interpretarse como indicio de un margen de maniobra fuera de lo común. Esto es válido, en particular, respecto de los aumentos de precio notablemente inferiores de Sandoz, lo cual demuestra que ni siquiera el proveedor más importante, con gran diferencia, del mercado alemán dispone de un mayor margen de maniobra para la fijación de precios que sus competidores.

(75) Por último, los márgenes de maniobra competitivos, que suelen caracterizar a las empresas dominantes en el mercado, se ven contrarrestados en el ámbito de la rauwolfia por la considerable presión competitiva que ejercen otros productos contra la hipertensión. Considerando sólo los betabloqueantes, la cuota conjunta de las partes en el año 1995 se reduce a un 11 %, aproximadamente, en Alemania, a un 18 % en Italia, a un 7 % en Austria, a un 5 % en España y menos de un 9 % en el EEE. Por consiguiente, no cabe prever que el proyecto de concentración dé lugar a una posición dominante en el mercado.

b) Betabloqueantes

(76) Por lo que se refiere a las asociaciones de betabloqueantes C7B, los productos de las partes, en general, ya no están protegidos por patente, y en el mercado han aparecido productos genéricos. Ciba aún tiene una patente relativa a *specific fractionable sustained-released tablets containing e.g. Logroton*, patente que expirará en 2000.

(77) Las partes sólo alcanzan en Francia una elevada cuota conjunta en el ámbito de las asociaciones de betabloqueantes C7B. En 1995, la cuota de Ciba fue del 55,1 %, aproximadamente, y la de Sandoz se situó en torno al 11,6 %, lo que suma un 66,7 %. Según las partes, sólo había otro proveedor importante de estos productos, que era Merck Sharp and Dohm, con un 33,3 %, aproximadamente. No obstante, la cifra de negocios total realizada en Francia con estos productos sólo ascendió a 3,6 millones de ecus. Mientras que el volumen de negocios de las asociaciones de betabloqueantes está descendiendo en Francia y todo el EEE, el de los betabloqueantes solos tiene una clara tendencia al alza. La cuota acumulada de las partes en el mercado francés de betabloqueantes solos fue del 7,8 %, aproximadamente, en 1993, del 6,8 % en 1994 y del 6 % en 1995. Según las partes, Zeneca es el principal proveedor de betabloqueantes del EEE. En definitiva, no cabe prever que la concentración coloque a las partes en una posición dominante del mercado.

c) Calcitonina y bisfosfonatos

(78) En los mercados de calcitoninas y bisfosfonatos destinados al tratamiento de la osteoporosis y de la enfermedad de Morbus Paget, las partes no poseen, en general, elevadas cuotas de mercado. Su fortaleza competitiva en el mercado de productos se apoya exclusivamente en sus actividades relacionadas con las calcitoninas. Las partes no realizan actividades en el ámbito de los bisfosfonatos destinados al tratamiento de la enfermedad de Morbus Paget y de la osteoporosis.

(79) La posición de las partes en el mercado de las calcitoninas difiere considerablemente. Sandoz fue el primer fabricante en lanzar al mercado la calcitonina como pulverizador nasal. Las ventajas de éste con respecto a la inyección han producido un aumento notable de las ventas de Sandoz. Sin embargo, las partes señalan que, en Italia, Rhône-Poulenc, Procter & Gamble y diversos fabricantes de productos genéricos también venden la calcitonina como pulverizador nasal. Es previsible que los pulverizadores nasales también se autoricen en otros países. En cambio, Ciba fracasó en su intento de desarrollar un pulverizador de este tipo. Según las partes, está demostrado que la calcitonina humana empleada por Ciba únicamente puede ser inyectada y se descarta su administración por vía nasal u oral. Por ello, Ciba ha suspendido en buena medida las estrategias competitivas en relación con su calcitonina.

(80) Las partes señalan que sus patentes básicas relativas a las calcitonina han expirado en todos los países del EEE. Ciba aún cuenta con dos patentes: Stable Solutions Containing Human Calcitonin (protegida hasta diciembre de 2011) y Fibrillated Human Calcitonin (protegida hasta abril de 2012). En cuanto al Miacalcic (calcitonina de salmón), Sandoz únicamente dispone de la protección de un procedimiento industrial en Austria hasta 1997 y de una patente relativa a la fórmula de un pulverizador nasal hasta 2003. Las partes afirman que el Miacalcic se cuenta entre sus productos de mayor éxito. Señalan que están desarrollando otros productos en este ámbito, que podrían lanzarse al mercado en los próximos años. Sandoz, por ejemplo, está trabajando en dos productos de calcitonina que se encuentran en la fase de investigación III y, por tanto, podrían llegar al mercado en un plazo de 3 o 4 años. Estos productos en desarrollo están relacionados con un tipo especial de osteoporosis producido

por la administración prolongada de preparados a base de cortisona.

(81) Únicamente se dispone de cifras de venta exactas relativas al grupo de productos de calcitonina, pero no para el mercado de referencia en su conjunto. Por esta razón, las cuotas de mercado que se citan a continuación están basadas en cálculos realizados por las propias partes. Habida cuenta de las estructuras del mercado, no es previsible, en ningún Estado miembro que el proyecto de concentración vaya a dar lugar a la creación o al fortalecimiento de una posición dominante de las partes en los mercados de calcitoninas y bisfosfonatos autorizados para el tratamiento de la osteoporosis y de la enfermedad de Morbus Paget.

— *Bélgica*

(82) Las partes disponen de una cuota de mercado conjunta del 21 %, aproximadamente (Sandoz, 21 %; Ciba, 0 %). Las partes presumen que Ciba se verá desplazada en los próximos años del mercado belga.

— *Alemania*

(83) De acuerdo con la información facilitada por las partes, Sandoz ocupó hasta 1990 una posición destacada en el mercado alemán. Desde 1991 han accedido a este mercado una serie de nuevos fabricantes, a la vez que han ido en descenso las ventas. A raíz de ello, la competencia se ha acentuado notablemente, como se desprende del éxito que han tenido las nuevas empresas en el mercado. Según los cálculos presentados por las partes, la cuota de mercado de éstas, incluidos los bisfosfonatos, ha descendido hasta el 51 %, aproximadamente (Sandoz, 34 %; Ciba, 17 %). Esta cuota mantendrá su tendencia a la baja, dado que los bisfosfonatos para el tratamiento de la osteoporosis no se introdujeron en el mercado alemán hasta fechas muy recientes. Según las partes, el mayor fabricante de bisfosfonatos, a gran distancia de los demás, es Boehringer Mannheim. Señalan que también operan en Alemania las empresas Medac, Procter & Gamble y Gehe.

(84) Las partes han presentado un cálculo relativo a su cuota en el mercado alemán de calcitoninas basado en el número de envases vendidos, que pone de manifiesto el éxito en el mercado de los fabricantes de productos genéricos. Del mencionado cálculo se desprende que la cuota, por unidades de envase, del preparado Karil, comercializado por Sandoz, bajó de un 95,12 % en 1986 al 22,23 % en 1995. El producto Cibalcalcin conquistó desde su entrada en el mercado en 1989 hasta el año 1994 una cuota del 18,83 %, para descender en 1995 al 15,87 %. Según las partes, el éxito de Ciba en el mercado, que alcanzó su punto álgido en 1994, está relacionado con la promoción publicitaria de la calcitonina humana. Frente a ello, el preparado Calci de Hexal, por ejemplo, que entró en el mercado en 1992, en el año 1995 ya era el más vendido, con una cuota del 25,34 %, y desde 1993 ya sólo ha experimentado leves aumentos; o el preparado Calcitonin, de Ratiopharm, que accedió al mercado en 1994 y, un año más tarde, ya se había hecho con una cuota del 10 %. El producto Ostostabil, de Jenapharm, alcanzó en 1995 una cuota del 1,69 %. Otros fabricantes son Rhône-Poulenc Rorer, Azupharma, Tosse, Durachemie y Pharmacia Upjohn. Las partes estiman que el hecho de que la calcitonina inyectable no cuente a la larga con posibilidades en el mercado también puede apreciarse con nitidez en la evolución de un producto de Rhône-Poulenc que sólo puede inyectarse, el Calsynar, que alcanzó su mayor cuota en el año 1991, con un 16,92 %, y en 1995 no contaba más que con un 4,49 %.

— *Francia*

(85) En Francia, la cuota de mercado combinada de las partes está en retroceso desde 1991. Sandoz espera poder lanzar al mercado francés un pulverizador nasal en el año 1998 y parte de que otros fabricantes también introducirán productos administrables por vía nasal u oral. El bisfosfonato intercambiable con la calcitonina para el tratamiento de la osteoporosis ha conquistado un volumen de ventas equivalente al de esta última. La cuota de mercado conjunta de las partes, incluidos los bisfosfonatos, sólo asciende, según los cálculos presentados por éstas, a un 21 %, aproximadamente (Sandoz, en torno al 6 %; Ciba, alrededor del 15 %).

— *Grecia y Portugal*

(86) Los mercados de calcitonina de Grecia y Portugal han aumentado notablemente a lo largo de los últimos años. Las cuotas de Sandoz han descendido de forma sensible desde 1993, las de Ciba han caído por debajo de un 2 % y un 3 %, respectivamente. Al mismo tiempo, han accedido al mercado nuevos competidores, que han alcanzado una cuota considerable, como es el caso de Rhône-Poulenc Rorer. Según los cálculos presentados por las partes, su cuota de mercado conjunta asciende en Grecia, incluidos los bisfosfonatos, a un 54 %, aproximadamente (Sandoz, un 53 %; Ciba, un 1 %). Teniendo en cuenta que los bisfosfonatos se acaban de introducir en el mercado griego, se ha de prever una disminución sensible de esta cuota. En el caso de Portugal, esos mismos cálculos arrojan, incluidos los bisfosfonatos, una cuota conjunta de alrededor del 66 %

(Sandoz, un 63 %; Ciba, un 3 %). Los bisfosfonatos están accediendo en estos momentos al mercado portugués y, según las partes, sustituirán en buena medida a las calcitoninas destinadas al tratamiento de la osteoporosis, debido a que la utilización de éstas para la indicación mencionada se verá restringida por medidas gubernamentales. A raíz de ello, es posible que en el mercado portugués se produzca un hundimiento similar al ocurrido en Italia.

— *Italia*

(87) En 1990, Italia era, con gran diferencia, el mayor mercado de calcitonina, con un volumen de 350 millones de ecus. Según las partes, el elevado gasto en calcitoninas ha llevado a que las autoridades sanitarias italianas hayan intentado limitar su prescripción y suspendido su reembolso. Desde 1994, este mercado se ha reducido en un 85 %, y la competencia se ha agudizado. Las partes consideran que Ciba no podrá mantenerse por mucho tiempo en el mercado. Los cálculos presentados por las partes indican que su cuota de mercado conjunta, incluidos los bisfosfonatos, ya sólo asciende a un 11 %, aproximadamente (Sandoz, 11 %; Ciba, 0 %).

— *Austria*

(88) La cuota de Ciba en el mercado austriaco está experimentando un fuerte retroceso. El producto Elcimen, del competidor noruego Nycomed, ocupa una posición muy destacada en el mercado. Los cálculos de las partes arrojan una cuota de mercado conjunta, incluidos los bisfosfonatos, de tan sólo el 24 %, aproximadamente (Sandoz, 21 %; Ciba, 3 %).

— *Suecia y Países Bajos*

(89) En Suecia y los Países Bajos, la calcitonina no está autorizada para el tratamiento de la osteoporosis, sino sólo para la enfermedad de Morbus Paget. Por ello, el volumen de mercado en estos países es muy reducido. La osteoporosis se trata esencialmente con preparados hormonales y los nuevos bisfosfonatos. Si la calcitonina se autorizara para el tratamiento de esta enfermedad, el volumen de mercado aumentaría significativamente, lo que alentaría el acceso al mercado de otros fabricantes. De acuerdo con los datos facilitados por las autoridades de competencia suecas, en Suecia están registrados 6 bisfosfonatos, que son intercambiables con las calcitoninas y son comercializados, entre otros, por Astra, Roche y Boehringer Mannheim. Además, en Suecia han expirado todas las patentes, de modo que sería posible que accedieran al mercado los competidores presentes en otros Estados miembros en caso de que las partes aumentasen sus precios.

d) Relajantes musculares

(90) Por lo que se refiere a los relajantes musculares M3B, la acumulación de cuotas de mercado de las partes es poco significativa. En general, los productos de las partes pertenecen a mercados distintos. Pero incluso considerando los relajantes musculares M3B en su conjunto, no es previsible que la concentración dé lugar a la creación o al fortalecimiento de una posición dominante en el mercado, habida cuenta de la presencia de toda un serie de preparados de la competencia.

(91) Debido a las distintas utilizaciones de los medicamentos y a su probable intercambiabilidad parcial con otros preparados, es muy difícil calcular con precisión las cuotas de mercado. Según las partes, la espasticidad aguda es un síntoma de distintas enfermedades.

(92) En el ámbito de las contracturas musculares leves, no se produce ninguna acumulación de cuotas de mercado digna de mención. Para esta indicación únicamente está autorizado el preparado de Sandoz. Si bien es cierto que, según las estadísticas de prescripciones, el preparado de Ciba se emplea en un 3 % en caso de contractura muscular leve, sin estar autorizado para ello, no puede considerarse que dicho producto compita en este ámbito con el de Sandoz, debido, por una parte, a las inevitables simplificaciones en la interpretación de tales estadísticas y, por otra, a la insignificancia del porcentaje sobre las ventas totales. Incluso partiendo de un ligero efecto de fortalecimiento, no se crearía ni reforzaría una posición dominante en el mercado. Según las partes, Sandoz sólo dispone, en lo que concierne al Sirdalud, de una protección de la sustancia en Bélgica hasta 1998 y de la protección del procedimiento industrial en España hasta 1997. Por lo demás, ya no hay ningún tipo de protección mediante patente y existen muchos medicamentos genéricos y numerosos productos competidores.

(93) En los mercados de productos para el tratamiento de la espasticidad en enfermedades del sistema nervioso central no se producen solapamientos importantes entre las actividades de las partes, si bien es cierto que los productos de ambas están autorizados para esta indicación. Sin embargo, la estrategia de comercialización del producto de Sandoz sólo está enfocada a su utilización en contracturas musculares leves. Las prescripciones relacionadas con la espasticidad únicamente representan el 8 % de las ventas totales de este pro-

ducto. A pesar de que debido a la autorización del producto de Sandoz para esta indicación se produzca un cierto solapamiento entre las actividades de las partes, éste es muy limitado y no crea ni fortalece una posición dominante en el mercado. En primer lugar, la protección mediante patente del preparado de Ciba ha expirado, según afirman las partes. Señalan que, desde la expiración de la patente, han aparecido diversos productos genéricos que pueden sustituir al Lioresal. En segundo lugar, las partes indican que su margen de maniobra competitivo está limitado por la combinación de otros productos para el tratamiento de la espasticidad aguda, tales como los preparados del grupo de las benzodiazepinas.

b) **Sustancias activas**

(94) Ciba y Sandoz afirman que sus actividades en los mercados de elaboración de sustancias activas son secundarias. Las sustancias que producen están casi exclusivamente destinadas a fines propios. Por tanto, no cabe prever la creación o el fortalecimiento de una posición dominante en el mercado a raíz de la concentración de las empresas.

c) **Mercados futuros**

(95) Es difícil evaluar la fortaleza de las empresas en el mercado de la investigación y el desarrollo, dado que, en general, el éxito de estos trabajos sólo puede valorarse una vez que han concluido. Con todo, la valoración competitiva no puede obviar el potencial de investigación y desarrollo existente, dado que en él descansa precisamente la futura fortaleza competitiva de las empresas.

(96) Las partes tienen un peso particular en el ámbito de la biotecnología y la ingeniería genética, en razón, sobre todo, de una serie de acuerdos de cooperación y participaciones en empresas e institutos de investigación estadounidenses. Gracias a estas participaciones y cooperaciones, las partes pueden tener acceso a patentes en este ámbito. Ello impone la necesidad de examinar con atención el ámbito de la investigación de terapias génicas para el tratamiento de tumores cerebrales y de otro tipo. En este contexto, revisten especial importancia la participación al 100 % de Sandoz en GTI y la participación —ampliable— del 49,9 % de Ciba en Chiron.

(97) Las investigaciones de GTI en el ámbito de la terapia génica HS-TK se encuentran en las fases II/III; ya se han solicitado patentes en la CE. Según la información facilitada por las partes, la empresa Viagen, filial de Chiron, está desarrollando trabajos de investigación en fase preclínica y, por tanto, previos a la fase I. Poco puede decirse en este contexto sobre los plazos previsibles hasta la obtención de resultados. Dado que, en general, las investigaciones se refieren a enfermedades que hasta ahora no han podido tratarse suficientemente, es posible que la autorización de los procesos desarrollados se produzca con mucha mayor rapidez que en el caso de medicamentos convencionales que simplemente sustituyen a otros existentes que también son eficaces.

(98) En el marco de sus investigaciones, la Comisión ha comprobado que las partes podrían tener acceso exclusivo, gracias a las mencionadas participaciones, a un conjunto de patentes de amplio alcance relativas a complejos retrovirales HS-TK (*Herpes Simplex Thymidine Kinase*), a vectores retrovirales y a métodos para el tratamiento de tumores cerebrales y de otro tipo mediante tales vectores retrovirales. Sandoz parece ocupar una posición fuerte en este ámbito, especialmente a través de su filial GTI, que está intentando desarrollar en Estados Unidos una terapia génica contra los tumores cerebrales. Viagen ha solicitado patentes en ámbitos afines, que podrían resultar útiles para desarrollar una terapia génica eficaz contra estos tumores. Las solicitudes abarcan un espectro tan amplio de reivindicaciones de patente que, en caso de concederse todas o casi todas las patentes solicitadas, la combinación de éstas tras la concentración podría excluir a otros competidores de una parte de este ámbito de investigación (terapias génicas relativas a los tumores cerebrales y de otro tipo).

(99) Los derechos derivados de patentes pueden constituir en los mercados futuros una importante barrera de acceso para otros competidores. Al comercializar los resultados de trabajos de investigación y desarrollo, a menudo se tiene que respetar una serie de patentes de otras empresas. Por esta razón, las empresas tienen que encontrar el camino para comercializar el resultado de sus investigaciones sin infringir los derechos de patente de terceros o bien adquirir las correspondientes licencias. Cuantas más patentes existan en un determinado ámbito de investigación y cuanto más extensamente estén formuladas, tanto más complejos se presentarán los distintos casos concretos. Pueden plantearse problemas especiales cuando ciertos fabricantes se hacen con un conjunto de patentes que dificultan e incluso imposibilitan el acceso al mercado de otros fabricantes sin infracción de los derechos de patente existentes. Si una concentración de empresas da lugar a una combinación de patentes de este tipo, puede producirse la impermeabilización del mercado.

(100) Las partes argumentan que al menos una parte de las patentes solicitadas, en particular las correspondientes a Chiron, están formuladas de manera tan amplia que su concesión resulta poco probable si no se procede a una mayor especificación. Por lo demás, las patentes solicitadas por Chiron no abarcan, en su formulación actual, el ámbito del tratamiento de tumores cerebrales y de otro tipo. Por ello, las partes consideran que, incluso en el supuesto de que se concedieran las patentes en cuestión, el proyecto de concentración no daría lugar a una acumulación de patentes que pudiese llevar a la impermeabilización del mercado. Por último, alegan que no tienen un acceso exclusivo a las patentes solicitadas por Chiron.

(101) En el presente caso, según informaciones procedentes del propio mercado, la combinación de los futuros derechos de patente de GTI y Viagen podría bloquear el desarrollo por otras empresas de terapias génicas contra tumores y otros métodos de tratamiento. Aún es incierto que esta situación se vaya a producir realmente. Pero, en cualquier caso, la concentración puede complicar la posición negociadora de los competidores para obtener una licencia de GTI o de Chiron tras haberse producido dicha fusión. Que esta complicación conduzca efectivamente a una posición dominante en el mercado dependerá, en particular, de tres condiciones:

1) No es seguro que la terapia génica vaya a acabar teniendo éxito como método de tratamiento.

2) Los resultados de otras investigaciones pueden abrir caminos para eludir un bloqueo derivado de la combinación de patentes.

3) La situación de las patentes es muy confusa. Hasta el momento, las partes únicamente han presentado solicitudes, y las patentes aún están por conceder.

(102) Si se cumplen estas tres condiciones, el proyecto de concentración puede conllevar un peligro de índole estructural de impermeabilización del futuro mercado de terapias génicas HS-TK contra tumores. Quedaría en manos de las partes permitir que otros competidores pudiesen obtener licencias para acceder al mercado.

(103) La primera de las condiciones citadas siempre se plantea al considerar un mercado futuro. En última instancia, sólo implica la afirmación de que primero tiene que crearse el mercado para que pueda surgir un problema. Como se ha señalado, los proyectos de investigación de GTI ya se encuentran en la fase II/III. Aunque de momento todavía no se puede prever si llegará a utilizarse este método innovador para el tratamiento de tumores, sí hay una probabilidad suficiente, en razón de los avances de la investigación, para proteger este mercado desde la perspectiva del derecho de competencia.

(104) En la situación actual, resulta difícil enjuiciar la segunda condición. Si los competidores de las partes no pudiesen comercializar sus productos debido a la existencia de patentes, tratarían de encontrar — habida cuenta del elevado coste de una investigación — un camino para eludir el bloqueo en caso de no obtener una licencia. A falta de datos, no es posible valorar las posibilidades de encontrar ese camino. A pesar de que esa búsqueda pueda acarrear un coste financiero y de tiempo adicional, no cabe excluir en absoluto que los competidores busquen y acaben encontrando tales caminos.

(105) Lo determinante para la aparición de un problema competitivo es saber si las partes obtendrán patentes que puedan desencadenar un efecto de cerrazón. Se trata, esencialmente, del efecto de cerrazón que pudiesen tener las solicitudes de patentes de Chiron para cerrar el paso a los competidores de GTI que traten de desarrollar un producto competitivo. De las investigaciones de la Comisión se deduce que el mercado alberga, en este sentido, importantes temores. La concesión de este tipo de patentes depende de dos condiciones. En primer lugar, las partes han de especificar sus reivindicaciones de patentes de tal manera que cubran los ámbitos de la terapia génica HS-TK contra tumores. Esta condición queda exclusivamente en manos de las partes y, en este sentido, el proyecto de concentración puede aumentar el peligro de impermeabilización estructural del mercado. La segunda condición es la concesión efectiva de estas patentes, lo que escapa del control de las partes. No obstante, las propias solicitudes de patentes ya pueden tener un efecto perturbador. Las empresas que quisieran lanzar al mercado una terapia génica HS-TK contra tumores habrían de tener en cuenta que las patentes podrían, en su caso, concederse con una formulación amplia. Por tanto, deberían plantearse la mera conveniencia de realizar inversiones en este ámbito y la búsqueda de un camino para eludir una posible patente. Considerando en abstracto, esto podría dificultar el acceso al mercado de los competidores. Sin embargo, este hecho solo no es suficiente para concluir que las partes ocupan una posición dominante en este mercado.

(106) En definitiva, pues, no hay la suficiente probabilidad para afirmar que la concentración llevará a la creación o al fortalecimiento de una posición dominante en un mercado futuro.

(107) La Comisión ha tomado nota de la siguiente declaración realizada por las partes en el transcurso del presente procedimiento de control de

una operación de concentración: «Por la presente, ambas empresas formulan la siguiente declaración vinculante para Novartis AG: Novartis ejercerá las posibilidades de influencia legales y contractuales que posee a raíz de su participación en Chiron Corporation (Emeryville, California/Estados Unidos) y a través de los miembros del consejo de administración por ella designados de tal manera que Viagene, filial de Chiron, no conceda a las empresas interesadas licencias exclusivas en las condiciones habituales del mercado sobre cada una de las patentes europeas y de las correspondientes patentes nacionales que estén basadas en las solicitudes internacionales de patentes nºs WO 89/09271 y WO 90/07936, relativas a la terapia génica HS-TK (*Herpes simplex Thymidine Kinase*) contra tumores. Esta obligación se contrae con la reserva de que la actuación de Novartis y de los miembros del consejo de administración por ella designados ha de responder, conforme a la legislación estadounidense, al mayor interés de Chiron y de sus accionistas. La obligación estará en vigor durante 10 años desde la concesión de las patentes europeas».

B. ÁMBITO FITOSANITARIO

1. ***Delimitación de los mercados de productos***

(108) El ámbito fitosanitario suele dividirse en las siguientes áreas:

— herbicidas para el control de males hierbas;

— fungicidas para el control de enfermedades;

— insecticidas para el control de insectos;

— tratamiento de las semillas para la protección de éstas y de las futuras plantas contra enfermedades e insectos;

— obligoelementos para subsanar estados de carencia, como las carencias de hierro;

— reguladores del crecimiento.

a) **Herbicidas**

(109) Desde la óptica de los compradores, uno de los factores más importantes para determinar la intercambiabilidad de un herbicida es la variedad de planta que con él se pretenda proteger. Asimismo, inciden en la intercambiabilidad de los distintos herbicidas otros factores como la variedad de mala hierba, la sustancia activa o el momento de utilización del producto fitosanitario.

(110) Hay herbicidas que combaten las malas hierbas en diversas especies, como ocurre con el maíz y los cereales. No obstante, en muchos casos los herbicidas no pueden intercambiarse para proteger plantas diferentes. Es muy reducida, por ejemplo, la intercambiabilidad de herbicidas destinados a la protección de cereales, frutas y remolachas. Por ello, los herbicidas que protegen distintos tipos de especies integran diferentes mercados de referencia (véase IV/M.392 Hoechst/Schering, nº 16 y ss., y también IV/M.354 American Cyanamid/Shell, nº 11 y ss.). Con todo, a la hora de evaluar las condiciones de la competencia, se ha de tomar en consideración que muchos herbicidas tienen un amplísimo espectro de acción.

(111) Asimismo, cabe plantear la división de los herbicidas en función de las malas hierbas que deben combatir (véase también IV/M.354 American Cyanamid/Shell, nº 12). No obstante, una determinada especie de planta normalmente es infestada por una «población mezclada de malas hierbas», compuesta de gramíneas y malas hierbas de hoja ancha. Por ello, los herbicidas se componen de manera que puedan combatir toda una población de malas hierbas. Sin embargo, la composición de tales poblaciones varía según las estaciones. Por esta razón, hay herbicidas más apropiados para combatir gramíneas y otros más indicados para combatir las malas hierbas de hoja ancha. Según se desprende de las investigaciones de la Comisión, los agricultores suelen comprar diversos herbicidas con distintos ámbitos de aplicación para mezclarlos en función de la población de malas hierbas que han de combatir, o bien compran un producto que ya contenga la mezcla deseada. En consecuencia, son intercambiables, en principio, los productos que tienen un ámbito de aplicación más restringido y los que tienen un ámbito de aplicación más amplio. Además, fluctúan los límites entre ambos grupos de productos, lo que no permite una asignación inequívoca.

(112) Tampoco conviene hacer una subdivisión según el momento de utilización de los herbicidas, ya que los herbicidas de presiembra, de preemergencia y de postemergencia [5] combaten las mismas especies de malas hierbas y actúan de la misma manera. Por ello, son intercambiables, desde la óptica del agricultor, los herbicidas de los grupos mencionados, al menos con anterioridad a la siembra.

b) **Fungicidas**

(113) Los fungicidas se utilizan para evitar el deterioro, causado por hongos o moho, de las plantas (o sus productos) antes y después de la cosecha. Los fungicidas de idéntica composición química pue-

[5] Los herbicidas de presiembra se aplican al suelo inmediatamente antes de la siembra. En el tratamiento de preemergencia, los herbicidas se aplican poco antes de que germine la planta, es decir, unos ocho días después de la siembra. Los herbicidas de postemergencia se aplican al suelo o a las plantas tras la germinación de éstas (DO nº L 272 de 4. 11. 1993, p. 30).

den emplearse contra los hongos y el moho en distintas especies. Por ejemplo, puede utilizarse el mismo fungicida para proteger la fruta, los cereales, las patatas y las remolachas. Por tanto, lo determinante para el comprador es el organismo nocivo combatido por el fungicida de que se trate y no la especie que se ha de proteger (véase IV/M.392 Hoechst/Schering, nº 18 y ss.).

(114) En general, los fungicidas no se emplean para combatir un determinado organismo nocivo, sino para combatir (de forma preventiva) complejos de organismos de este tipo. Las enfermedades típicas de los cereales, por ejemplo, son la roya («rust»), el mildíu («powdery mildew»), la cercosporelosis («eyespot»), la melanosis («septoria») o la fusariosis («fusarium»). En el caso de la remolacha, las cuatro enfermedades más frecuentes son el mildíu, la roya, la cercospora y la ramularia, así como las combinaciones de éstas. Las patatas, a su vez, son infestadas casi exclusivamente por el mildíu de la patata («late blight»). Dado que las distintas plantas presentan diferentes cuadros de enfermedades (aunque parcialmente se solapan), resulta razonable dividir los fungicidas en función de las especies en que se emplean.

(115) La Comisión estima que no hay razón para proceder a una división adicional de los mercados de fungicidas. Si bien los fungicidas de la patata, por ejemplo, pueden clasificarse en los llamados «contact products», «penetrant products» y «systemic products», todos ellos están destinados a combatir la misma enfermedad, pueden emplearse en parte de forma preventiva y curativa, tienen un período de eficacia mayor o menor y parcialmente ya se presentan mezclados o son mezclados por los agricultores para que su eficacia sea, en cada circunstancia, la óptima. Por tanto, no resulta adecuada una división en los mencionados grupos, que llevaría, además, a la contabilización por duplicado y triplicado de los productos, dado que la delimitación por especies ya contiene una subdivisión parcial en ámbitos de acción amplios o restringidos. Tampoco debe procederse a una división de los productos en función de que su espectro de aplicación sea vasto o restringido, dado que en algunas plantas sólo hay que combatir un organismo nocivo (por ejemplo, el mildíu de la patata) y, en otras, todo un complejo de organismos dañinos. Por lo demás, son aplicables las explicaciones dadas anteriormente respecto de los mercados de herbicidas. Tampoco es adecuada una división de los fungicidas según su empleo en las distintas fases de desarrollo de la planta, puesto que, en parte, no existen tales fungicidas o, cuando están destinados específicamente a combatir organismos nocivos en la fase de desarrollo temprana, intermedia o tardía de la planta, también pueden utilizarse y son eficaces en otras fases de desarrollo (véanse las explicaciones que se dan a continuación sobre el tratamiento de semillas).

c) **Insecticidas**

(116) Los insecticidas son productos para combatir los insectos que dañan a las plantas de cultivo. Al igual que en el caso de los fungicidas, un mismo insecticida puede emplearse para combatir distintos tipos de insectos, independientemente de la especie de planta infestada. Dado que no todas las plantas son infestadas por los mismos insectos ni hay insectos típicos de una planta determinada, conviene establecer una división de insectos por especies de plantas. Al valorar las condiciones competitivas, en este caso también se habrá de tener en cuenta que muchos insecticidas se aplican a varias plantas.

(117) Por lo común, los agricultores compran productos que, según la especie de planta, combaten complejos de organismos dañinos de distinta composición. Por ello, adquieren productos de acción amplia, productos combinados (de acción amplia y con un ámbito de aplicación específico) o insecticidas de reducido espectro de aplicación que después mezclan ellos mismos. En consecuencia, desde la perspectiva de los agricultores, son fundamentalmente intercambiables los insecticidas de acción amplia y las combinaciones de insecticidas con un ámbito de aplicación restringido. Además, la división de los mercados por especies de plantas ya abarca una delimitación de los insecticidas según su espectro de acción, de modo que esta razón tampoco aconseja proceder a una división adicional en función de un espectro de acción amplio o restringido.

d) **Tratamiento de semillas**

(118) Las semillas se tratan con productos fitosanitarios para proteger las propias semillas y la futura planta contra enfermedades e insectos. Dado que al tratar las semillas se ha de prever cuáles son las enfermedades y los insectos que posiblemente pueden atacar a la futura planta, los productos correspondientes (fungicidas e insecticidas aplicables a semillas) tienen, en general, una composición destinada específicamente a los distintos tipos de plantas. En consecuencia, es muy reducida la intercambiabilidad entre los productos para el tratamiento de semillas de distintas plantas. Por tanto, los mercados de referencia se han de delimitar en función de las especies de planta.

(119) Las partes señalan en su notificación que el tratamiento de semillas constituye un grupo de productos independiente en el ámbito fitosanitario, sin aclarar si representa efectivamente un mercado

por separado. Asimismo, en la página 17 de la publicación «Novartis, Backgrounder», adjuntada a la notificación, se distingue el grupo de productos para el tratamiento de semillas de los fungicidas y los insecticidas.

(120) En dos escritos posteriores, las partes afirman que el tratamiento de semillas no constituye un mercado por separado, esencialmente por las dos razones siguientes:

El consumidor final (el agricultor) puede comprar semilla tratada o tratar él mismo la semilla. En cuanto a los insecticidas, el agricultor, en lugar de utilizar semillas tratadas, puede aplicar insecticidas granulados en la hilera de siembra o proceder a una pulverización de todo el campo o por hileras con un preparado líquido. Junto a estos procedimientos profilácticos, el agricultor también cuenta con la posibilidad de no aplicar el tratamiento hasta que aparezcan los primeros síntomas de infestación. De un gráfico adjuntado al escrito se desprende que el momento de utilización, la duración de la acción y de la aplicación, así como las propiedades de la acción del tratamiento de semillas se solapan con el tratamiento del suelo con granulados y preparados líquidos antes de la siembra.

En el caso de los fungicidas ocurre fundamentalmente lo mismo. Las judías y los guisantes pueden verse afectados por las siguientes enfermedades: caída de almáciga, mildíu, ascoquita y botrytis. La caída de almáciga se combate con productos para el tratamiento de la semilla que o bien sólo protegen a la propia semilla, o bien combaten dicha enfermedad, al igual que el mildíu y la ascoquita. Estas dos últimas enfermedades pueden combatirse mediante el tratamiento de las semillas o por medio de pulverización. La brotytis únicamente se puede combatir mediante pulverización, y los productos contra esta enfermedad también pueden utilizarse contra la ascoquita. Por consiguiente, el tratamiento de semillas es una forma especial de utilización de insecticidas y fungicidas, que, sin embargo, cumple la misma función que los productos que se aplican al suelo o se pulverizan.

(121) En el tratamiento de semillas, los granos se desinfectan con una materia cáustica. Ciba y Sandoz no desinfectan los granos por su cuenta, sino que envían los productos para su tratamiento a terceros que disponen de las correspondientes instalaciones. No obstante, la Comisión estima que este hecho no justifica la existencia de un mercado independiente para el tratamiento de semillas, sino, en todo caso, la de un mercado de desinfección de semillas. Como se ha explicado, las semillas tratadas son sustituibles, desde la óptica del agricultor, por fungicidas e insecticidas que se aplican al suelo o pulverizan. Por consiguiente, la Comisión ha llegado a la conclusión de que no existen mercados independientes para el tratamiento de semillas.

e) **Oligoelementos**

(122) Los oligoelementos se utilizan para subsanar estados de carencia, como, por ejemplo, la carencia de hierro. En este caso, también puede considerarse apropiada una delimitación por especies, dado que una planta determinada suele verse afectada fundamentalmente por la misma carencia de nutrientes.

f) **Reguladores del crecimiento**

(123) Los reguladores del crecimiento para las distintas especies de plantas conforman mercados de referencia independientes. La concentración no lleva en estos mercados a la acumulación de cuotas, dado que Sandoz no produce ni comercializa reguladores del crecimiento.

g) **Sustancias activas**

(124) La elaboración de productos fitosanitarios consta de tres fases: producción de las sustancias activas, elaboración de las formulaciones (productos formulados) a partir de las sustancias activas y envasado de estas formulaciones. Ciba y Sandoz producen sus sustancias activas fitosanitarias en fábricas centralizadas. En cambio, la elaboración de la formualción y el envasado tienen lugar en diferentes emplazamientos. Ciba, Sandoz y otros competidores también venden o intercambian sustancias activas con terceros. Por ello, existen mercados de sustancias activas fitosanitarias.

(125) Cada sustancia activa tiene unas propiedades únicas y, en ocasiones, está protegida por patente. En el momento del registro, es decir, cuando se autoriza un determinado producto fitosanitario, se ha de facilitar información sobre la o las sustancias activas contenidas en estos productos. Si el fabricante utiliza una sustancia activa distinta, el resultado será otro producto diferente, para el que se tendrá que solicitar una nueva autorización, aunque actúe de manera similar al primero. Según las investigaciones de la Comisión, la concesión de tal autorización lleva entre seis meses y tres años. Además, el fabricante tendrá que volver a formular el producto y ensayar la acción del nuevo producto antes de solicitar la autorización, lo que también requerirá algún tiempo. Por estas razones, no son intercambiables, en principio, las sustancias activas.

2. *Mercado geográfico*

(126) En opinión de las partes, los mercados de productos en el ámbito fitosanitario son de alcance comunitario. Los argumentos en favor de una delimitación de este tipo son la existencia de un gran número de importantes consorcios multinacionales, los centros de producción centralizada, los reducidos costes de transporte sobre el coste total y, en la mayoría de los casos, una protección mediante patente de alcance comunitario para un determinado tipo de producto fitosanitario. Además, la Directiva 91/414/CEE del Consejo [6] armoniza la comercialización de los productos fitosanitarios en la Comunidad.

(127) Por otra parte, los productos fitosanitarios —tanto las sustancias activas como las formulaciones— se han de registrar en un Estado miembro para que pueda autorizarse su venta. Desde el momento de la solicitud hasta la autorización del producto transcurren, según el Estado miembro y el producto (productos genéricos, sustancias activas o formulaciones nuevas) entre seis meses y tres años. Las diferencias de precios entre Estados miembros para el mismo producto son considerables y no se observa una tendencia a la aproximación. Además, los consumidores (cooperativas agrarias, otros mayoristas) realizan las compras de estos productos a escala nacional, no comunitaria. Por ello, los fabricantes disponen, en general, de organizaciones nacionales de venta o venden sus productos a través de la organización de ventas de otro fabricante presente en el Estado miembro de que se trate. El reparto de cuotas de mercado también varía considerablemente de unos Estados miembros a otros, lo que indica, asimismo, que son divergentes las condiciones competitivas de los distintos países. Además, hay diferencias en cuanto a la composición de los distintos productos y a los modos de utilización, en función de las diversas condiciones de la agricultura, la salud de las plantas, el medio ambiente, el clima, la naturaleza del suelo y la topografía de cada uno de los Estados miembros (véase IV/M.392 Hoechst Schering, nº 20 y ss., así como IV/M.354 American Cyanamid/Shell, nº 17 y ss.).

(128) Con todo, puede dejarse abierta la delimitación de los distintos mercados geográficos de referencia relativos a fungicidas, herbicidas, insecticidas y oligoelementos, puesto que, aun en el supuesto de la definición más estricta del mercado (la nacional) y de todas las demás delimitaciones, la concentración no lleva a la creación ni al fortalecimiento de una posición dominante.

(129) Por lo que se refiere a los mercados de sustancias activas para el ámbito fitosanitario, se parte de mercados con una dimensión cuando menos comunitaria. Los consumidores son empresas en general grandes con un buen conocimiento del mercado y que compran estos productos incluso a escala mundial. Además, los costes de transporte son insignificantes y en estos mercados no existen barreras de acceso en forma de disposiciones nacionales de autorización.

3. *Valoración desde el punto de vista de la competencia*

(130) Se abordan en primer lugar los mercados de sustancias activas. Dado que son muy similares las condiciones competitivas en los ámbitos de los fungicidas, herbicidas e insecticidas, éstas se resumen en el apartado b). En el apartado c) se analizará en ámbito de los oligoelementos.

a) **Sustancias activas para productos fitosanitarios**

(131) Cada uno de los mercados de sustancias activas consta de una sola de estas sustancias. Si la sustancia activa está protegida por patente o mediante licencia de «know-how», la empresa fabricante dispone de un monopolio. Esta situación no se ve modificada por la concentración.

(132) En los mercados de «commodities» (sustancias activas no protegidas) operan distintos fabricantes. En principio, cualquier empresa que disponga de la tecnología necesaria puede producir tales sustancias activas. En estos mercados, únicamente está presente Ciba. Por consiguiente, en los mercados de sustancias activas para productos fitosanitarios, la concentración no creará ni fortalecerá una posición dominante.

(133) Los fabricantes de productos fitosanitarios compran sustancias activas a sus competidores y las utilizan para la formulación de productos propios. Si la sustancia adquirida está protegida por patente, el comprador entra en una relación de dependencia. Si el titular de la patente produce una sustancia activa que es ampliamente utilizada en los mercados de productos posteriores, ocupa una posición potencialmente fuerte en dichos mercados, incluso si su propia cuota en éstos es relativamente reducida.

(134) Según las investigaciones de la Comisión, las partes también compran y venden sustancias activas a otros competidores. Por tanto, no cabe excluir que en el futuro se deje de suministrar a los competidores y, de esta manera, Novartis podría fortalecer su posición en estos mercados posteriores. No obstante, los operadores del mercado consultados estiman que semejante actuación es poco probable. Los competidores se venden mutuamente sus sustancias activas, por lo que existe una relación de dependencia recíproca.

[6] DO nº L 230 de 19. 8. 1991, p. 1.

b) **Fungicidas, herbicidas e insecticidas**

(135) Según las investigaciones de la Comisión, se verán afectados por la concentración los mercados de los ámbitos de fungicidas, herbicidas e insecticidas que se enumerarán más adelante. De las investigaciones de la Comisión se desprende que las cuotas de mercado pueden oscilar, en parte, considerablemente (aproximadamente un 10 %). Como se expondrá a continuación, las variaciones de las cuotas de un año a otro llegan hasta el 10 %, y aun más. A raíz de ello, lo que ocurre es que, según el año que se tome como base, pueden verse afectados, en parte, unos mercados u otros. Sin embargo, en el presente caso, esto sólo se produce en unos pocos supuestos, y las cuotas conjuntas en los mercados que se verían afectados al tomarse como base otro año distinto que 1995 apenas superan el 15 %. Por consiguiente, el año base 1995 ofrece un cuadro suficientemente acertado de los mercados realmente afectados por la concentración.

(136) Los cálculos de las cuotas de mercado se basan —al menos en el caso de los Estados miembros más grandes— en los llamados estudios «panel» realizados por terceras empresas. En cuanto a los Estados miembros más pequeños, fueron las propias partes quienes hicieron los cálculos, y la Comisión los verificó sobre la base de los datos comparativos enviados por los competidores. Ciba y Sandoz, al igual que otros fabricantes, también venden fungicidas y herbicidas a otros proveedores de productos fitosanitarios, que, a su vez, suministran estos productos al comercio. En su notificación, las partes atribuyen estas ventas de sus propios productos a los proveedores. De forma análoga, las ventas de productos fitosanitarios de otros fabricantes suministrados al comercio por las partes se atribuyen a las propias empresas Ciba y Sandoz. Esta manera de calcular las cuotas de mercado se corresponde con la utilizada en los estudios «panel».

(137) La Comisión estima que el cálculo de las cuotas de mercado realizado por las partes y en los estudios «panel» no refleja adecuadamente la verdadera posición en el mercado de las partes y de sus competidores. Esto es particularmente así en aquellos Estados miembros en los que Sandoz (o Ciba) no dispone de una organización de ventas propia, pero sí Ciba (o Sandoz). En estos casos, se ha de presumir que, tras la concentración, la venta de productos se realizará por medio de Novartis. También en los casos en que Sandoz o Ciba han creado su propia red de ventas y, a pesar de ello, comercializan sus productos a través de otros vendedores, la cuota de mercado de las partes se ha de medir en función de todos los productos que elaboran, dado que, en principio, las partes podrían amenazar a las empresas comercializadoras en cualquier momento con asumir plenamente las ventas de sus productos (en los contratos de distribución se estipula, en general, un preaviso de rescisión de contrato de doce meses). Dado que hay terceras empresas que comercializan productos de Ciba y Sandoz para completar su propia gama de productos y, de esta manera, dichos productos se venden, en parte, integrados en el «paquete» de productos de estos terceros, cabe la posibilidad de que las ventas de productos de Ciba y Sandoz descendieran en caso de que se rescindiesen los contratos de distribución con estas empresas. Por ello, es posible que, en algunos casos aislados, las cuotas de mercado de las partes estén sobrevaloradas. No obstante, en el presente caso, este hecho es insignificante, puesto que aun pasando por alto la correspondiente reducción de las cuotas conjuntas de las partes, la concentración no crea ni fortalece una posición dominante en el mercado.

(138) Tras la concentración, las partes dispondrán de una muy amplia gama de productos, los cuales, parcialmente, estarán en una relación de competencia directa. Por consiguiente, cabe suponer que, una vez realizada la concentración, se procederá a un ajuste de dicha gama, ajuste que también afectará a los productos vendidos hasta ahora por Ciba y Sandoz a terceros para completar las gamas de éstos. Por esta razón y por el hecho de que esas terceras empresas podrían rescindir los contratos con un preaviso de doce mese, está justificado deducir de las cuotas de mercado de las partes los volúmenes realizados por éstas con las ventas de productos de terceros.

(139) Al calcular las cuotas de mercado incluyendo los productos vendidos a las empresas competidoras y excluyendo los productos comprados a éstas, en el ámbito de los fungicidas, al menos, no varía la lista de mercados afectados con respecto a un cálculo conforme a los estudios «panel», y sólo en un caso se produce una oscilación significativa en las cuotas de mercado, ligeramente superior al 5 % (fungicidas para patatas en Francia, donde la cuota conjunta de las partes se reduce en un 5 %). En el ámbito de los herbicidas, se producen variaciones de las cuotas de mercado dignas de mención en el caso de la fruta y las nueces en Francia, donde la reducción también es del 5 %. Surgen nuevos mercados afectados en lo relativo a los herbicidas para el maíz. Sin tener en cuenta los productos vendidos a través de empresas de la competencia, la concentración afecta a cuatro mercados con unas cuotas conjuntas de un máximo del [30–40 %] [7] (1995). Incluyendo los productos comercializados a través de los competidores, son ocho los mercados afectados, con cuotas conjuntas de hasta un [50–60 %].

(140) Con arreglo a todo ello, en los ámbitos de los fungicidas, los herbicidas y los insecticidas, la concentración afecta a los siguientes mercados:

---

[7] Datos suprimidos por constituir secreto comercial y reemplazados por franjas a los efectos de la presente publicación.

Fungicidas para fruta y nueces

— Francia ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

— Portugal ([10–20 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %])

Fungicidas para hortalizas

— Bélgica ([10–20 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %])

— Francia ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

— Italia ([20–30 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [menos del 5 %])

Fungicidas para cereales

— Bélgica ([30–40 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

— Alemania ([10–20 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 5 %])

— Francia ([20–30 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [menos del 10 %])

— Reino Unido ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %])

— Países Bajos ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %])

— Austria([20–30 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [menos del 5 %])

— España ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

Fungicidas para patatas

— Bélgica ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

— Alemania ([10–20 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 5 %])

— Francia ([40–50 %], Ciba [menos del 10 %], Sandoz [40–50 %])

— Reino Unido ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %])

— Italia ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

— Portugal ([30–40 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [10–20 %])

— España ([30–40 %], Ciba [30–40 %], Sandoz [menos del 10 %])

Fungicidas para remolacha

— Bélgica ([40–50 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [20–30 %])

— Francia ([50–60 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [30–40 %])

— Italia ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %])

— Austria ([20–30 %], Ciba [menos del 5 %], Sandoz [20–30 %])

— España ([20–30 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [menos del 5 %])

Fungicidas para judías y guisantes destinados a piensos

— Francia ([30–40 %], Ciba [menos del 10 %], Sandoz [20–30 %])

Herbicidas para fruta y nueces

— Francia ([30–40 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [menos del 10 %])

Herbicidas para hortalizas

— Bélgica ([20–30 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [menos del 5 %])

— Reino Unido ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %])

Herbicidas para maíz

— Bélgica ([40–50 %], Ciba [menos del 10 %], Sandoz [30–40 %])

— Francia ([30–40 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [10–20 %])

— Italia ([30–40 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [menos del 10 %])

— Austria ([40–50 %], Ciba [20–30 %], Sandoz [20–30 %])

— Alemania ([50–60 %], Ciba [30–40 %], Sandoz [20–30 %])

— Países Bajos ([30–40 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

— Portugal ([10–20 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 5 %])

— Reino Unido ([40–50 %], Ciba [30–40 %], Sandoz [10–20 %])

Insecticidas para fruta y nueces

— Francia ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [10–20 %])

Insecticidas para hortalizas

— Italia ([20–30 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 5 %])

Insecticidas para judías y guisantes destinados a piensos

— Francia ([30–40 %], Ciba [menos del 10 %], Sandoz [30–40 %])

(141) Las explicaciones que se darán a continuación se centran en los mercados en que las partes alcanzan una cuota conjunta igual o superior al 25 %. Sin embargo, las condiciones competitivas en los demás mercados afectados han de valorarse de la misma manera.

1) *Volumen del mercado y cuotas de mercado de las partes*

Fungicidas

(142) Los volúmenes, en términos de valor, de los *mercados de fungicidas para cereales* a escala del EEE ascendieron en 1995 a unos 700 millones de ecus, con un aumento aproximado del 8 % con respecto a 1994, tras registrar unas tasas de crecimiento negativas entre 1992 y 1994. Los mercados más importantes son Francia (322 millones de ecus en 1995), Alemania (186 millones de ecus) y el Reino Unido (121 millones de ecus). Los mercados de herbicidas para cereales son los únicos cuyo volumen alcanza valores similares.

(143) En el mercado francés de fungicidas para cereales, Ciba aumentó en un [menos del 5 %] entre 1994 y 1995, aunque perdió un [menos del 5 %] con respecto a 1992. Sandoz perdió en 1995 algo más del [menos del 5 %], si bien mantuvo su cuota aproximadamente en los niveles de 1992. Los competidores son BASF, con una cuota del [20–30 %] (un aumento del [menos del 5 %] con respecto a 1994, que incluso alcanza un [10–20 %] en comparación con 1992), Bayer, con un [10–20 %] ([menos del -5 %] con respecto a 1992), Agrevo (filial de Hoechst y Schering), con un [10–20 %] ([menos del -5 %] con respecto a 1993), Du Pont, con un [menos del 10 %] ([menos del -10 %] con respecto a 1992) y Zeneca, con un [menos del 10 %] ([menos del -5 %] con respecto a 1992). Además están presentes — con pequeñas cuotas en Francia y más elevadas en otros Estados miembros — Rhône-Poulenc, American Cyanamid y otros. Un cuadro similar, es decir, con importantes oscilaciones en el tiempo y la presencia de varios competidores fuertes, se aprecia en los mercados de fungicidas para cereales de Alemania, Bélgica, los Países Bajos, España, el Reino Unido y Austria.

(144) Los volúmenes, en términos de valor, de los *mercados de fungicidas para patatas* a escala del EEE ascendieron en 1995 a unos 132 millones de ecus, con un aumento aproximado del 10 % con respecto a 1992. Los mercados más importantes son los Países Bajos (36 millones de ecus en 1995), Alemania (27 millones de ecus), Francia (17 millones de ecus), el Reino Unido (12 millones de ecus) y Bélgica (10 millones de ecus).

(145) En el mercado francés de fungicidas para patatas, las partes tienen una cuota coniunta del [40–50 %], lo que las convierte en el mayor competidor, a gran distancia de los demás. Sandoz aumentó su cuota en un [10–20 %] entre 1992 y 1994, aunque perdió un [menos del 5 %] en 1995. Ciba perdió en 1993 un [menos del 10 %], ganó un [menos del 10 %] en 1994, y volvió a caer en 1995 en algo más del [menos del 5 %]. A las partes les siguen Bayer, con un menos del 20 %, Du Pont con un [menos del 20 %], Agrevo, con un [menos del 10 %] ([menos del +5 %] con respecto a 1992), JSB ([menos del 10 %], accedió al mercado en 1995), Elf-Aquitaine ([menos del 10 %], accedió al mercado en 1993) y Sostra, con un [menos del 10 %]. Asimismo, está presente en el mercado, aunque con una cuota muy reducida, la empresa Rohm+Haas. El mismo cuadro se observa en Portugal y España y en todos los demás mercados de fungicidas para patatas afectados, si bien las partes no son líderes en todos ellos. Las oscilaciones en las cuotas y la presencia de varios competidores fuertes relativizan las elevadas cuotas de las partes en estos mercados. Además, los elementos que se analizarán a continuación, como la capacidad de los competidores de aumentar su nivel de producción, frecuente lanzamiento de productos nuevos, la posibilidad de acceder al mercado, la competencia de precios por parte de los productos genéricos y el contrapoder de los compradores, restringen el margen de maniobra de las partes.

(146) Los volúmenes, en términos de valor, de los *mercados de fungicidas para remolacha* a escala del EEE ascendieron en 1995 a unos 40 millones de ecus, con un aumento aproximado del 30 % con respecto a 1992. Los mercados más importantes son Italia (13 millones de ecus en 1995), Francia (12 millones de ecus) y Grecia (6 millones de ecus).

(147) En el mercado francés de fungicidas para remolacha, las partes están claramente en cabeza con una cuota conjunta del [50–60 %]. Ciba subió en 1995 un [menos del 10 %], aproximadamente, aunque se mantuvo estable con respecto a 1992. Sandoz también mantuvo su cuota en comparación con 1992. Les siguen Zeneca, con un [10–20 %] ([menos del -10 %] con respecto a 1992), Du Pont, con un [10–20 %] ([menos del -5 %] con respecto a 1992), Elf-Aquitaine, con un [menos del 5 %] ([menos del -10 %] con respecto a 1992), así como Agrevo y Sostra, con reducidas cuotas de mercado. En Austria, Bélgica, Italia y España también se observan importantes oscilaciones en las cuotas y la presencia de varios competidores. En Austria, Bélgica y España, Sandoz no accedió al mercado hasta 1993, haciéndose rápidamente con importantes cuotas. Du Pont accedió, asimismo, a los mercados español y belga. También se ha producido algún abandono del mercado (como es el caso de Agrevo y American Cyanamid en Bélgica).

(148) En cuanto a los fungicidas para patatas y remolachas, llama la atención importante posición de las partes en el mercado francés (con unas cuotas del [40–50 %] y [50–60 %], respectivamente). La for-

taleza de Sandoz en los mercados franceses se explica por razones históricas. Tras la Segunda Guerra Mundial, la división de agricultura de Sandoz reanudó sus actividades primero en Francia. En un primer momento, se dedicó a comercializar los productos de otros fabricantes y, posteriormente, utilizó esa misma red de distribución para vender sus propios productos. Como ya se ha señalado al examinar los mercados de fungicidas para patatas, el margen de maniobra de las partes es limitado, a pesar de que disponen de elevadas cuotas.

(149) El valor del volumen realizado en el *mercado francés de fungicidas para judías y guisantes destinados a piensos* ascendió en 1995 a unos 28 millones de ecus, con un descenso superior al 20 % en comparación con 1993.

(150) Sandoz, en particular, pudo aumentar su cuota en est mercado, logrando un crecimiento desde 1993 del [10–20 %]. Ciba incrementó su cuota en casi un [menos del 10 %], aunque volvió a perder en 1995 más de un [menos del 5 %]. El mayor competidor es Zeneca, con una cuota del [30–40 %], seguido de las partes, de Sostra ([20–30 %]), BASF ([menos del 10 %]), Sumitomo ([menos del 10 %]), Rhône-Poulenc y otras empresas con reducidas cuotas.

Herbicidas

(151) El volumen, en términos del valor, del *mercado francés de herbicidas para frutas y nueces* ascendió en 1995 a unos 88 millones de ecus, con un crecimiento del 25 %, aproximadamente, desde el año 1992.

(152) Entre 1992 y 1994, Ciba aumentó su cuota en este mercado en un [10–20 %], aunque en 1995 perdió en torno a un [menos del 5 %], mientras que la cuota de Sandoz subió ligeramente del [menos del 5 %] al [menos del 10 %]. El competidor más importante, Monsanto, registró entre 1992 y 1994 una caída del [menos del 10 %], si bien en 1995 ganó un [menos del 5 %], alcanzando una cuota del [20–30 %]. Los competidores son Zeneca ([menos del 10 %]), Elf-Aquitaine ([menos del 10 %]), Dow-Elanco, Sostra, Agrevo y otros.

(153) El volumen del *mercado británico de herbicidas para hortalizas* alcanzó en 1995 un valor de unos 11 millones de ecus, manteniéndose así más o menos estable con respecto a 1992.

(154) En este mercado, Ciba aumentó su cuota entre 1992 y 1994 en un [menos del 5 %], y perdió un [menos del 5 %], aproximadamente, en 1995, mientras que Sandoz no accedió al mercado hasta el año 1994, haciéndose de inmediato con una cuota del [menos del 10 %]. Los competidores, por orden de importancia, son BASF ([10–20 %]), American Cyanamid ([10–20 %]), Zeneca ([10–20 %]), Monsanto ([menos del 10 %]), Agrevo ([menos del 10 %]) y otros.

(155) Los volúmenes, en términos de valor, de los *mercados de herbicidas para maíz* a escala del EEE ascendieron en 1995 a unos 298 millones de ecus, con lo que en ese año experimentaron un aumento aproximado del 7 %, después de que entre 1992 y 1994 no registraran crecimiento alguno. Los mercados más importantes son Francia (112 millones de ecus en 1995), Alemania (86 millones de ecus) e Italia (50 millones de ecus).

(156) En el mercado alemán de herbicidas para maíz, las partes son líderes indiscutibles con una cuota conjunta del [50–60 %]. Ciba perdió en 1992/1993 un [menos del 10 %] de su cuota, aunque desde entonces ha podido recuperar un [menos del 5 %]. Sandoz aumentó su cuota en 1995 en un [menos del 10 %], aproximadamente. Los principales competidores son Du Pont, cuya cuota se sitúa en torno al [20–30 %] ([menos del +20 %] en comparación con 1992), Rhône-Poulenc, con un [10–20 %] (descenso de un [menos del 10 %] en 1993, desde entonces, un aumento del [menos del 5 %]), American Cyanamid, con un [menos del 10 %] ([menos del +5 %] en comparación con 1994), Spiess/Urania, con un [menos del +5 %] y BASF, con un [menos del +5 %] ([menos del -20 %], con respecto a 1992). Las oscilaciones de cuotas fueron aún mayores en el mercado belga de herbicidas para maíz, donde Ciba ha perdido un [10–20 %] desde 1992, en tanto que Sandoz ha ganado un [20–30 %]. Entre los ganadores también figura Zeneça (un aumento del [20–30 %]) y, entre los perdedores, BASF ([menos del -20 %]) y Protex ([menos del -30 %]), mientras que Rhône-Poulenc prácticamente mantuvo su cuota. El mismo panorama de oscilaciones se observa en Austria, Francia, Italia, los Países Bajos, Portugal y el Reino Unido. En estos y otros mercados de herbicidas para maíz también suele estar presente la empresa Monsanto (con cuotas en cada caso superiores al [10–20 %]).

(157) El aumento de las cuotas de Sandoz en los mercados de herbicidas para maíz se debe, en buena medida, a la compra efectuada a finales de 1994 a la empresa austriaca Agrolinz del área de productos «piridatos» (una sustancia activa de los herbicidas para maíz). Desde 1995, Sandoz comercializa, de forma directa (en Alemania y Bélgica) o a través de competidores, los herbicidas para maíz que antes pertenecían a Agrolinz y que contienen la citada sustancia activa. Las en ocasiones elevadas cuotas de las partes en los mercados de herbicidas para maíz tampoco implican en este caso un margen de maniobra igualmente grande. Éste se ve restringido no sólo por la presencia de varios competidores fuertes, sino también por

otros factores que se analizarán a continuación, como la capacidad de los competidores de aumentar su nivel de producción, el frecuente lanzamiento de productos nuevos, la posibilidad de acceder al mercado, la competencia de precios por parte de los productos genéricos y el contrapoder de los compradores.

Insecticidas

(158) Con la excepción del *mercado francés de insecticidas para judías y guisantes destinados a piensos,* las cuotas conjuntas de las partes en el ámbito de los insecticidas son inferiores al 25 %. El mercado de insecticidas para judías y guisantes destinados a piensos sólo alcanza un volumen significativo en Francia, con un valor de unos 13 millones de ecus. También aquí las cuotas de mercado oscilan considerablemente de unos años a otros. Los competidores de las partes son Zeneca (con una cuota del [20–30 %]), American Cyanamid ([10–20 %]), Bayer ([10–20 %]), Agrevo ([menos del 10 %]) y Rhône-Poulenc ([menos del 5 %]).

Capacidades de producción

(159) Los fungicidas, herbicidas e insecticidas se producen, en general, en las mismas fábricas («multipurpose plants»). El índice medio de utilización de capacidades se sitúa entre el [...] y el [...], por lo que los competidores pueden incrementar su producción con rapidez y en cualquier momento.

(2) *Lanzamiento de productos nuevos, entradas en el mercado y competencia potencial*

(160) Como se desprende de la descripción hecha de las estructuras de los mercados, las cuotas oscilan considerablemente en el tiempo, hecho que se debe, en especial, al frecuente lanzamiento de productos nuevos. Las consultas realizadas por la Comisión entre los competidores y las autoridades nacionales de autorización han puesto de manifiesto que hay que seguir contando, en todos los mercados afectados, con un alto nivel de lanzamiento de nuevos productos.

(161) Las partes citan toda una serie de empresas que han accedido a los mercados de fungicidas, herbicidas e insecticidas. Entre los nuevos proveedores figuran grandes empresas japonesas como Sumitomo, Nissan e ISK (véase también IV/M.354 American Cyanamid/Shell, nº 35). La entrada en el mercado de Sumitomo y Nissan se produjo a través de la adquisición en 1992 de Rhodiagri, filial de Rhône-Poulenc. No se tiene conocimiento de la entrada directa en el mercado de empresas totalmente nuevas. La creación de una red de distribución propia no es necesaria, dado que esta labor la asumen las cooperativas agrarias y los mayoristas. Los costes de promoción de ventas y publicidad recae, en general, sobre el distribuidor, cuyos gastos se ven compensados por su margen de beneficios (15–25 %).

(162) Asimismo, han accedido a los mercados europeos fabricantes de productos genéricos como Griffin Corp. (Estados Unidos), Sanachem (Estados Unidos), United Phosphorus (India) y otros, cuyas cuotas, sin embargo, aún son reducidas. Los costes de acceso al mercado para los fabricantes de productos genéricos se estiman en unos 2 millones de ecus; en caso de que la fabricación de un producto genérico implique la aparición de subproductos que puedan plantear problemas desde el punto de vista toxicológico, esos costes se elevan a unos 15 millones de ecus. Dado que en el mercado se suceden con relativa rapidez los productos mejorados con formulaciones o sustancias activas nuevas, los operadores no dan mucha importancia a la presión competitiva procedente le los productos genéricos. Hasta el momento, los fabricantes de estos productos no han logrado imponerse. Con todo, a éstos puede atribuirse, en general, un efecto disciplinador (sobre los precios) que repercute en los fabricantes de preparados originales, sobre todo cuando en el mercado aún no existen productos que se caractericen por un estado «tecnológico» más avanzado que el de los productos genéricos.

(163) Como se desprende de las explicaciones sobre las cuotas de mercado sometidas a fuertes oscilaciones en el tiempo, los fabricantes de fungicidas, herbicidas e insecticidas que operaban en determinados Estados miembros han accedido a los mercados de otros Estados miembros. Cabe citar a Dow-Elanco, American Cyanamid, Zeneca y otros. Empresas como Monsanto, Rohm+Haas y FMC se han de considerar competidores potenciales en este mismo sentido. Se prevé la entrada en el mercado de empresas japonesas como Mitsubishi y Mitsui, así como una mayor competencia por parte de los fabricantes de productos genéricos de Europa Oriental y del sureste asiático.

(164) En opinión de los operadores del mercado, a las empresas que actúan en uno o dos ámbitos (por ejemplo, en el de herbicidas), el acceso a los mercados de otro ámbito (como el de fungicidas) apenas les resulta más fácil que a las empresas totalmente nuevas. Los efectos sinérgicos se producen, como mucho, en la comercialización y la mercadotecnia, pero son prácticamente inexistentes en el área más importante, la de I+D. No obstante, un buen conocimiento del ámbito de los herbicidas para maíz, por ejemplo, puede facilitar, incluso desde la perspectiva de la I+D, el acceso a un mercado como el de los herbicidas para cereales. En este sentido, se cita como operadores incorporados al mercado a empresas como Bayer, Agrevo y otras.

(165) Si bien en ciertos mercados del ámbito de los herbicidas, fungicidas e insecticidas la concentración no producirá una acumulación de cuotas, alguna de las dos empresas implicadas cuenta en éstos con una cuota superior al 25 %. En determi-

nados casos, estas cuotas son superiores al 80 %. Como se ha explicado, a menudo acceden a los mercados de los Estados miembros empresas que ya operaban en otro Estado miembro. Por esta razón, la concentración hace que desaparezca un competidor potencial en todos aquellos Estados miembros en los que sólo actuaba una de las empresas participantes en la concentración. Pero Sandoz no es el único competidor potencial, sino que lo son todas las empresas competidoras que operan en un determinado mercado. Por ejemplo, en el mercado sueco de fungicidas para cereales, donde Ciba tiene una cuota del [superior al 80 %], los competidores son Agrevo, Zeneca, Rhône-Poulenc, Dow-Elanco y otros. Además, en estos mercados también se observan las circunstancias mencionadas anteriormente, a saber, oscilaciones de cuotas (desde 1993, Ciba ha aumentado su cuota en el mercado sueco en un [10–20 %]), presencia de varios competidores fuertes, (en Suecia se trata de BASF y Bayer, en 1994 también Du Pont), accesos y salidas del mercado y frecuente introducción de nuevos productos.

3) *Condiciones de la demanda*

(166) Para los mayoristas y las cooperativas agrarias es fundamental disponer de una gama de productos completa. Los consumidores finales —en general, agricultores— realizan a menudo diversas aplicaciones, por ejemplo para tratar un determinado complejo de enfermedades en las distintas fases de desarrollo de una planta. Por ello, el agricultor compra varias formulaciones, que, por lo común, acaba mezclando. Sin embargo, para el propio fabricante no es imprescindible ofrecer una gama de productos completa (algo similar ocurre en IV/M.392 Hoechst/Schering, nº 32), si bien los operadores del mercado consideran que disponer de una amplia gama supone una ventaja competitiva. Y ésta es, de hecho, la razón por la que los fabricantes en ocasiones entablan una cooperación con objeto de lanzar al mercado productos que se complementen mutuamente. En este sentido, las partes también sacarán provecho, en particular, de la combinación de productos en los ámbitos fitosanitario y de semillas (véase la sección D), los cuales, en su mayoría, se comercializan por los mismos cauces.

(167) Las cooperativas agrarias ejercen cierto poder del lado de la demanda, puesto que, en parte, cubren las necesidades de productos fitosanitarios de regiones enteras. Al fabricar en muchos ámbitos productos complementarios, Ciba y Sandoz podrán ofrecer después de la concentración una gama de productos completa. De esta manera, estarán en condiciones de amenazar, cuando menos, con crear su propia red de distribución, sustrayéndose así posiblemente al efecto disciplinador que emana de la fuerte posición que, en parte, ocupan las cooperativas agrarias en el lado de la demanda. Según las investigaciones de la Comisión, una evolución de este tipo resulta, en principio, factible, aunque poco probable. El sector comercial cumple, asimismo, una función de asesoramiento, por lo que es importante la neutralidad del comercio. Es difícil que un solo fabricante pueda establecer una relación de confianza con el agricultor que tenga un alcance similar. Además, la creación de una red de distribución propia (servicio exterior, aspectos logísticos como almacenamiento y comercialización, etc.) es muy onerosa y, por consiguiente, implica un elevado riesgo financiero.

(168) La fidelidad a una marca es un factor secundario en el caso de los productos fitosanitarios. El criterio para elegir un producto determinado es la eficacia para combatir malas hierbas, insectos o un organismo nocivo en particular. En cuanto sale al mercado un producto más eficaz, el cambio se produce con rapidez, como demuestran las oscilaciones en las cuotas de mercado.

(169) Los consumidores señalaron que no sólo la presencia de varios competidores fuertes en todos los mercados afectados impediría una posición dominante de Novartis. Si esta empresa decidiera aumentar significativamente sus precios en algunos mercados, los consumidores podrían amenazarla con comprar en el futuro a la competencia incluso los productos pertenecientes a otros mercados distintos de herbicidas, fungicidas e insecticidas. En consecuencia, el margen de maniobra de las partes para la fijación de precios no sólo puede verse influido por las condiciones de la competencia en un determinado mercado fitosanitario, sino también, de forma indirecta, por las condiciones competitivas en otros mercados fitosanitarios.

4) *Investigación y desarrollo*

(170) La mayoría de los fabricantes de productos fitosanitarios opera en todos los ámbitos —esto es, en los de fungicidas, herbicidas e insecticidas— y dispone de un importante potencial de I+D (intensidad de I+D igual o superior al 10 %). Los productos nuevos se lanzan al mercado con la consiguiente rapidez y van sustituyendo a los antiguos. Por esta razón, una posición fuerte en el mercado actual no garantiza en absoluto el mantenimiento de tal posición (véase IV/M.354 American Cyanamid/Shell, nº 33).

(171) El volumen de negocios de Novartis en los mercados fitosanitarios duplicará a escala mundial, y superará a nivel europeo en un 50 %, aproximadamente, el de sus competidores más importantes (Agrevo, Du Pont, Monsanto, Zeneca, Bayer, Rhône-Poulenc, Dow Elanco, American Cyanamid, todos con una cifra de negocios mundial en el ámbito fitosanitario situada entre 1 400 y 1 800 millones de ecus). La capacidad de I+D de Novartis será elevada y probablemente será alto el índice de éxitos a raíz de sus investigaciones. Debido a los efectos sinérgicos en I+D que lograrán Ciba y Sandoz gracias a la concentración,

Novartis podrá mantener sus gastos de investigación en niveles comparativamente más bajos que los de sus competidores. Si se continúa con la actual intensidad de I+D, las citadas ventajas derivadas del mayor tamaño aún reforzarán el potencial de I+D de Novartis. No obstante, los fabricantes de productos fitosanitarios coinciden en que las grandes capacidades no garantizan el éxito de los proyectos de I+D. Por tanto, sólo cabe presumir que Novartis mantendrá y, tal vez, consolidará su posición de líder en el mercado de productos fitosanitarios. Por lo demás, de las investigaciones de la Comisión se desprende que al menos los competidores de las partes mencionados anteriormente han alcanzado el «tamaño crítico» necesario para ejercer una actividad de I+D efectiva.

(172) En opinión de algunos competidores, la combinación de sustancias activas en determinados mercados (como el de fungicidas para cereales) permitirá a las partes obtener efectos sinérgicos y, de esta manera, lanzar rápidamente al mercado productos nuevos y de alto rendimiento. La Comisión considera que estos efectos, en parte, ya se producen en la actualidad, debido a la cooperación entre empresas en el ámbito de la I+E y, en particular, en lo relativo a sustancias activas. Por ello, es más bien escaso el fortalecimiento adicional de la posición de las partes en este ámbito a raíz de la concentración.

(173) En un futuro no muy lejano, los productos fitosanitarios podrían verse desplazados parcialmente por semillas manipuladas genéticamente. Las modificaciones mediante técnicas genéticas persiguen la autoprotección de las plantas contra organismos nocivos e insectos (véanse también las explicaciones en la sección D, «Semillas»). La fuerte posición de Ciba en los mercados fitosanitarios y la de Sandoz en los mercados de semillas puede llevar en este ámbito a efectos sinérgicos y, por consiguiente, a un fortalecimiento global de la posición e las partes. Los conocimientos sobre los efectos sinérgicos y, por consiguiente, a un fortalecimiento global de la posición de las partes. Los conocimientos sobre los efectos fungicidas e insecticidas de los microorganismos y sobre los genes que desencadenan tales efectos, al igual que los métodos biotecnológicos para la introducción de genes, pueden aplicarse tanto en el ámbito de las semillas como en el ámbito fitosanitario. Con todo, según la información facilitada por algunos operadores del mercado, la actividad simultánea en estos dos ámbitos hasta el momento no ha dado lugar a ningún tipo de ventajas competitivas.

(174) El empleo de fungicidas e insecticidas produce un conflicto de intereses entre los ámbitos comerciales de los productos fitosanitarios y las semillas, dado que estos productos persiguen el mismo fin con distintos medios. En cuanto a los herbicidas, los productos se complementan, no compiten entre sí. Frente a lo que ocurre con los fungicidas y los insecticidas, la eliminación de malas hierbas no puede sustituirse por un tratamiento biotecnológico. La función de los herbicidas es eliminar las malas hierbas que crecen entre las plantas de cultivo sin dañar a éstas. Con objeto de eliminar, en lo posible, todas las malas hierbas, se emplean herbicidas de amplia acción. Por ello, las empresas que operan en este ámbito (además de las partes, Monsanto y Agrevo, por ejemplo) se esfuerzan por lograr, mediante procedimientos biotecnológicos, que las plantas toleren estos herbicidas. Las actividades de I+D de Ciba y Sandoz en este ámbito son sólo limitadas.

(175) Ciba y Sandoz poseen un gran número de patentes en el ámbito fitosanitario, algunas de las cuales expirarán pronto, aunque otras estarán vigentes hasta después de 2000. Sin embargo, la situación competitiva que se ha descrito con detalle demuestra que los derechos de patentes no pueden dar lugar a una posición dominante en estos mercados. Además, en caso de que el o los fabricantes de una nueva generación de productos aplicasen unos precios excesivos, los consumidores podrían recurrir a productos genéricos derivados de un preparado más antiguo cuya protección por patente hubiese caducado.

5) *Conclusión*

(176) A pesar de que las partes dispongan parcialmente de cuotas de mercado muy elevadas, sean líderes desde hace tiempo en alguno de estos mercados y puedan seguir siéndolo gracias a su fuerte posición en el ámbito de la I+D, la concentración no creará ni fortalecerá una posición dominante que pueda perjudicar gravemente a la competencia efectiva en el mercado común o en una parte sustancial del mismo, tal y como se desprende de:

— las fuertes oscilaciones en el tiempo de las cuotas de mercado;

— la pluralidad de competidores en todos los mercados afectados;

— las igualmente importantes capacidades de I+D de la competencia;

— el gran número de productos nuevos lanzados y que previsiblemente seguirán lanzándose al mercado;

— las entradas y salidas de operadores en todos los mercados afectados.;

— el efecto disciplinador (sobre los precios) que ejercen los productos genéricos;

— el contrapoder del comercio mayorista y las cooperativas agrarias.

c) **Oligoelementos**

(177) Según la información facilitada por las partes, la concentración afectará a los siguientes mercados del ámbito de los oligoelementos:

— oligoelementos para frutas y nueces en España ([30–40 %]; Ciba, [30–40 %], Sandoz, [menos del 10 %]);

— oligoelementos para hortalizas en España ([20–30 %]; Ciba, [10–20 %], Sandoz, [10–20 %]).

(178) Las partes serán líderes en los dos mercados afectados. En el primero, les seguirán Agrevo (con una cuota del [menos del 10 %]), Sostra ([menos del 5 %]), Rhône-Poulenc ([menos del 5 %]) y Bayer ([menos del 5 %]). En el segundo, los inmediatos perseguidores son Rhône-Poulenc ([menos del 10 %]) y Agrevo ([menos del 5 %]). El resto de ambos mercados (un [40–50 %] y un [70–80 %], respectivamente) está repartido entre un gran número de otros competidores. Así, hay 50 empresas locales que ofrecen 76 productos para tratar la carencia de hierro en hortalizas, frutas y nueces.

(179) En estos dos mercados afectados del ámbito de los oligoelementos, las cuotas también presentan oscilaciones en el tiempo (+/- 4 %), aunque menos acentuadas que en el caso de los fungicidas, herbicidas e insecticidas.

(180) Ciba también opera en los mercados de oligoelementos para frutas y nueces de Francia, Grecia e Italia. En todos ellos es líder indiscutible del mercado con cuotas situadas entre el [20–30 %] y el [60–70 %]. En Italia, Ciba compite con American Cyanamid ([10–20 %]), Du Pont ([10–20 %]), Zeneca ([menos del 10 %]), Rhône-Poulenc ([menos del 10 %]) y Valagro ([menos del 5 %]). Zeneca y Du Pont sólo operan en Italia y desde 1992 no han vuelto a intentar entrar en otros mercados nacionales. En el mercado griego están presentes, además de Ciba, las empresas Hellapharm ([menos del 10 %]) y Rhône-Poulenc ([menos del 10 %]). En Francia hay otros competidores (empresas locales), que se reparten la cuota de mercado restante, que asciende al [70–80 %], correspondiendo a la empresa Etablissement de Roure (Bardentane) una cuota superior al [10–20 %].

(181) Las empresas participantes no tienen productos protegidos por patente en el ámbito de los oligoelementos. Sandoz no vende productos propios en este ámbito. Por ello es dudoso que se vayan a producir solapamientos en estos mercados. Con todo, la cuestión puede quedar abierta, dado que la concentración no crea ni fortalece una posición dominante en los citados mercados.

(182) En razón de las cuotas de mercado no demasiado elevadas de las partes, de la presencia de varios competidores potencialmente fuertes, de un gran número de pequeños competidores, de las oscilaciones de las cuotas en el tiempo y de la situación de las patentes, la Comisión concluye que la concentración no creará ni fortalecerá una posición dominante en los mercados de oligoelementos.

C. PRODUCTOS ZOOSANITARIOS

1. ***Productos zoosanitarios, a excepción de los ectoparasiticidas para animales domésticos***

a) **Delimitación de los mercados de productos**

(183) En el ámbito zoosanitario, se distinguen las siguientes áreas:

— vacunas;

— aditivos alimenticios;

— medicamentos veterinarios;

— higiene.

Estas áreas aún se han de subdividir para determinar los mercados de productos de referencia. A los efectos del presente caso, esta subdivisión no es necesaria en las áreas de vacunas y aditivos alimenticios, ya sea porque las partes no operan en ellas o porque no existen mercados afectados en el sentido del formulario CO.

(184) El área de *medicamentos veterinarios* puede subdividirse en antimicrobianos (antibióticos aplicados en forma de inyecciones, pomadas, gotas, etc.), parasiticidas (productos para prevenir la infestación parasitaria) y otros productos. El grupo de «otros productos» no se ve afectado por la concentración.

1) *Antimicrobianos*

(185) En el ámbito de los antimicrobianos se ve afectado el mercado para el tratamiento de la disentería porcina. Las partes opinan que tal mercado no existe, puesto que los medicamentos veterinarios no se administran cuando se manifiesta la enfermedad, sino de forma preventiva, ya que el principal objetivo es la prevención de enfermedades. Señalan que casi todos los preparados contra la disentería porcina tienen diversas indicaciones y no sólo actúan en las enfermedades del aparato digestivo, sino también en las afecciones de las vías respiratorias de cerdos y gallinas. La Comisión no discute estos hechos, pero tiende a considerar que, desde la perspectiva del consumidor

— por ejemplo, de un ganadero de porcino — lo decisivo a la hora de comprar es que el producto actúe contra la disentería porcina, si se pretende prevenir o curar esta enfermedad. Por consiguiente, el consumidor no solicitará un producto que prevenga las enfermedades de las vías respiratorias. Si todos estos productos actúan contra la disentería porcina a la vez que contra las enfermedades del tracto respiratorio de los cerdos, pertenecerán tanto al mercado para el tratamiento de la primera afección mencionada como al mercado para el tratamiento de las citadas enfermedades de las vías respiratorias de los cerdos; sin embargo, de ello no resulta un mercado único para ambas indicaciones. Con todo, a los efectos del presente caso, puede dejarse abierta la delimitación exacta del mercado, dado que, incluso optando por la delimitación más estricta (un mercado para el tratamiento de la disentería porcina), la concentración no crea ni fortalece una posición dominante.

2) *Parasiticidas*

(186) Los parasiticidas pueden subdividirse, a su vez, en:

— ectoparasiticidas (productos para combatir los parásitos externos, como pulgas o garrapatas), y

— endoparasiticidas (productos para combatir los parásitos alojados en el organismo del animal, como los gusanos).

Tanto unos como otros se utilizan en animales domésticos y en el ganado de explotación.

(187) Por consiguiente, son cuatro los grupos de productos resultantes:

— ectoparasiticidas para ganado de explotación;

— endoparasiticidas para ganado de explotación;

— ectoparasiticidas para animales domésticos;

— endoparasiticidas para animales domésticos.

(188) Estas subdivisiones son necesarias porque los productos correspondientes difieren en su modo de acción, formulación y composición, de modo que sólo pueden emplearse bien en el ganado, bien en animales domésticos. Por otra parte, la clientela de unos y otros productos es distinta: agricultores en el caso de los productos para ganado, particulares en el caso de los productos para animales domésticos. Además, según su presentación y sustancia activa, los preparados sólo sirven para combatir parásitos alojados en el organismo o bien parásitos externos. En consecuencia, los cuatro grupos de productos tienen propiedades e indicaciones distintas. Las partes estiman que cada uno de estos grupos constituye un mercado de referencia.

(189) Los mercados de endoparasiticidas no se ven afectos por la concentración. Salvo en el caso del mercado de ectoparisiticidas para animales domésticos, las investigaciones de la Comisión han confirmado la delimitación de mercados propuesta por las partes. Habida cuenta de que la concentración plantea problemas de competencia en el ámbito de los ectoparasiticidas para animales domésticos, la Comisión expone los resultados de su investigación y la decisión relativa a dicho ámbito en un apartado por separado de la presente sección «Productos zoosanitarios» (véase el apartado 2 a continuación).

(190) Al ámbito de la *higiene* pertenecen los productos utilizados en los establos y los desinfectantes. En este ámbito, la concentración sólo afecta al mercado de productos utilizados en establos. Dicho mercado abarca los productos para controlar y combatir la mosca de los establos.

(191) El mercado de control de la mosca de los establos y el mencionado segmento de los ectoparasiticidas para el ganado se diferencian por cuanto combaten distintos tipos de insectos. Los ectoparasiticidas para el ganado actúan contra parásitos que viven sobre un «animal hospedador» y le pican o muerden, transmitiéndole de esta manera las enfermedades. En cambio, la mosca de los establos sólo se posa de forma transitoria sobre el animal, no pica ni muerde, pero constituye para el animal un factor de estrés y un problema higiénico.

(192) Algunos competidores consultados no distinguen entre los ectoparasiticidas para el ganado y el control de la mosca de los establos, o bien puede deducirse de sus respuestas que los productos que actúan contra los insectos que pican y muerden también son eficaces contra la citada mosca. En consecuencia, se producen solapamientos entre los ectoparasiticidas para el ganado y los productos utilizados en establos, de lo que resulta una cierta intercambiabilidad que deberá tenerse en cuenta al realizar la valoración desde el punto de vista competitivo.

(193) La elaboración de productos zoosanitarios requiere *sustancias activas*. Las partes consideran que las sustancias activas son intercambiables. Asi, la tiamulina puede intercambiarse con otras sustancias para antibióticos veterinarios, dado que el Tiamutin —la marca propiedad de Sandoz con la que vende sus productos finales a base de tiamulina—, se utiliza para una amplia gama de enfermedades infecciosas. Las partes citan toda una serie de sustancias activas que pueden intercambiarse con la tiamulina.

(194) En las explicaciones relativas al ámbito fitosanitario (véase la sección B), la Comisión establece que las sustancias activas no son, en principio, intercambiables, puesto que la sustitución de una sustancia activa da lugar a un producto nuevo, que primero ha de ser formulado y ensayado en

cuanto a su acción para que posteriormente se pueda solicitar su registro. Esto requiere mucho tiempo, hecho que excluye la intercambiabilidad de las sustancias activas. Esta conclusión también es aplicable a los mercados de productos zoosanitarios.

b) **Mercado geográfico**

(195) Los productos zoosanitarios están sometidos a las disposiciones nacionales de autorización. Las diferencias de precios entre Estados miembros son considerables y, a lo largo de los últimos años, no ha habido indicios de una aproximación en los precios de los productos. En parte, también difieren de unos países a otros las vías de distribución. Así, en el Reino Unido, la distribución se produce por medio del comercio mayorista veterinario y agrario, en tanto que en Francia estos productos también se canalizan a través de los mayoristas farmacéuticos.

(196) Por otra parte, hay indicios de que estos mercados podrían adquirir una dimensión comunitaria, o tal vez parcialmente ya la tengan. En general, los productos de un mismo fabricante no varían de un Estado miembro a otro. Además, estos productos se fabrican en plantas centralizadas, desde donde se venden a todos los países de Europa e, incluso, del mundo. Ciba, por ejemplo, fabrica estos productos en el Reino Unido, Estados Unidos y Suiza. Por otra parte, el Reglamento (CEE) nº 2309/93 del Consejo ([8]) persigue un procedimiento de autorización único para toda la Comunidad.

(197) Los compradores de sustancias activas son los fabricantes de productos zoosanitarios (y también los de productos fitosanitarios). En general, se trata de grandes empresas con una buena visión del mercado, que adquieren estas sustancias a escala europea, cuando no mundial. Por ello, los mercados de sustancias tienen, cuando menos, una dimensión europea.

(198) Basándose en la información disponible, la Comisión opina que la delimitación de los mercados de referencia de productos zoosanitarios ha de ser nacional, y la de los mercados de sustancias activas, europea. Por lo que se refiere a los ectoparasiticidas para el ganado, a los productos utilizados en establos y al mercado para el tratamiento de la disentería porcina, puede dejarse abierta la definición de los mercados geográficos de referencia, dado que aun aplicando la delimitación más estricta (mercados nacionales) y todas las delimitaciones adicionales posibles, la concentración no crea ni fortalece una posición dominante. En cuanto a los ectoparasiticidas para animales domésticos, se remite al apartado 2.

([8]) DO nº L 214 de 24. 8. 1993, p. 1.

c) **Valoración desde el punto de vista de la competencia**

1) *Sustancias activas*

(199) Algunos competidores señalan que sólo Sandoz y Ciba fabrican la tiamulina, una sustancia activa utilizada esencialmente en los productos para tratar la disentería porcina, por lo que consideran que, tras la concentración, dicha sustancia se encontrará en una situación de monopolio.

(200) Por lo común, los fabricantes de sustancias activas son empresas integradas verticalmente, que no venden las sustancias a terceros, sino que las emplean para la elaboración de productos propios de los ámbitos zoosanitario, fitosanitario o de la salud, en general. La Comisión ha señalado, en la sección relativa a los productos farmacéuticos, que Ciba y Sandoz elaboran sustancias activas casi exclusivamente con fines propios (véase la sección A) y, en la parte dedicada a los productos fitosanitarios, que sólo Ciba vende sustancias activas a terceros, y únicamente cuando se trata de «commodities» (sustancias que ya no están protegidas por patente o licencia de «know-how»). Las partes han confirmado que no venden tiamulina a terceros. Por ello, la concentración no altera la situación competitiva, al menos en el mercado de la sustancia activa tiamulina.

2) *Mercados de ectoparasiticidas para el ganado*

(201) En su notificación, las partes indicaron que la concentración afectaría al mercado británico de ectoparasiticidas para el ganado. Señalaron que la cuota de mercado conjunta sería de un [40–50 %] (Ciba, [30–40 %], Sandoz, [10–20 %]). En informaciones posteriores, corrigieron las cifras relativas a las cuotas de Sandoz, puesto que esta empresa ya no comercializa productos formulados contra los ectoparásitos del ganado, sino que únicamente vende la sustancia activa propetanfos a la empresa Grampian, que realiza sus propias formulaciones. Además, Sandoz no elabora la sustancia activa que vende, sino que la compra a la empresa japonesa Nippon Kayaku [. . .].

(202) Con todo, puede asegurarse que, tras la concentración, desaparecerá un competidor potencial —Sandoz—, aunque seguirán estando presentes en el mercado Bayer (con una cuota del [10–20 %] en 1995), que ha registrado un aumento notable desde 1992 (+[5–15 %]), Grampian, con una cuota en torno al 30 % (y un fuerte incremento desde 1992), Mallinckrodt, con un [10–20 %], Hoechst, MSD (Merck, Sharp and

Dome), Pfizer y otras empresas con cuotas más reducidas. Por lo demás, las investigaciones de la Comisión demuestran que las cifras dadas por las partes respecto de sus propias cuotas en el mercado están más bien sobrevaloradas.

(203) Teniendo en cuenta que Sandoz sólo operaba en un mercado anterior al de los preparados, el mercado de las sustancias activas (donde meramente ejercía de distribuidor), que la cuota de mercado de Ciba más bien estará situada en un [20–30 %] y que son varios los competidores fuertes, la Comisión concluye que la concentración no creará ni fortalecerá una posición dominante en este mercado.

3) *Productos utilizados en establos*

(204) Las partes afirman en su notificación que la concentración afectará al mercado francés de productos destinados al uso en establos. Cifran su cuota conjunta en este mercado en un [30–40 %] (Ciba, [20–30 %]; Sandoz, [menos del 10 %]).

(205) También en este caso, Sandoz comercializa sus productos mayoritariamente a través de terceras empresas, hecho que las partes, sin embargo, no tuvieron en cuenta a la hora de calcular las cuotas de mercado. Según un primer análisis de la Comisión, tomando como referencia el año 1994, eran siete los mercados afectados (Reino Unido, Dinamarca, España, Francia, Bélgica, Alemania e Italia), que arrojaban unas cuotas conjuntas situadas entre el [30–40 %] (Dinamarca) y el [90–100 %] (Reino Unido).

(206) Tras la incoación del procedimiento, las partes alegaron que prácticamente era imposible determinar los volúmenes exactos del mercado de productos destinados al uso en establos. Ciba y Sandoz señalaron, en particular, que sólo habían podido tomar en consideración y evaluar aquellos productos respecto de los que ellas mismas tenían una visión de conjunto en los mercados de los distintos países. Por esta razón, aducían, no habían tenido suficientemente en cuenta determinadas áreas de los productos destinados al uso en establos. Así, en el volumen de mercado originalmente calculado para el Reino Unido no se habían incluido los sprays ambientales ni los aerosoles. Según las partes, el volumen de mercado real del Reino Unido no era de 780 000 ecus, sino de 4,5 millones de ecus (1994), y su propia cuota sólo alcanzaba el [10–20 %] —en 1994— y el [10–20 %] —en 1995—, sobre un volumen estimado de entre 3,6 y 4 millones de ecus en el año 1995. Por razones similares, se infravaloró el volumen del mercado italiano. La cuota conjunta de las partes en este mercado fue del [30–40 %] en 1995. En Bélgica, Sandoz asumió en 1995 la venta de sus propios productos, los que implicó, al menos de forma transitoria, una pérdida masiva de cuotas de mercado. Por ello, en Bélgica ya no hay ningún mercado afectado. Según los últimos datos disponibles, el mercado alemán tampoco se verá afectado por la concentración.

(207) Las estimaciones realizadas por los competidores consultados por la Comisión en cuanto al volumen del mercado son, cuando menos, equivalentes y, en general, incluso superiores a las de las partes. Y ello, entre otras cosas, debido a la existencia de ciertos solapamientos entre los ámbitos de los ectoparasiticidas para el ganado y el control de la mosca de los establos. Por consiguiente, puede considerarse que las cuotas de las partes están más bien sobrevaloradas.

(208) En definitiva, los mercados afectados de productos utilizados en establos, tomando como referencia el año 1995, son los siguientes:

— Francia: ([40–50 %], Ciba [30–40 %], Sandoz [menos del 5 %]);

— Reino Unido:([10–20 %], Ciba [10–20 %], Sandoz [menos del 10 %]);

— Dinamarca: ([40–50 %], Ciba [30–40 %], Sandoz [menos del 10 %]);

— España: ([40–50 %], Ciba [40–50 %]; Sandoz [menos del 5 %]);

— Italia: ([40–50 %], Ciba [30–40 %], Sandoz [menos del 10 %]).

a) Estructura de los mercados

(209) En los mercados afectados de control de la mosca de los establos, Ciba ocupa una posición particularmente importante, con unas cuotas del [30–40 %] y aun superiores. La cuota que Sandoz aportará a Novartis, de un [menos del 10 %], es relativamente reducida. Además, Sandoz sólo ha aumentado su cuota en Dinamarca ([menos del 10 %] desde 1993), y ha mantenido sus cuotas en los demás mercados, a excepción del francés, donde ha registrado un importante descenso ([menos del -20 %] desde 1993). Ciba también ha visto reducida su cuota en el mercado francés ([10–20 %]), al igual que en el danés ([menos del 10 %]). En los demás mercados afectados, esta empresa ha podido incrementar su cuota en un [menos del 10 %].

(210) En Francia, los competidores son Bayer (con una cuota del [. . .] en 1995), con un crecimiento notable desde 1993 ([. . .], Mallinckrodt ([. . .]), con un descenso en su cuota desde 1993 ([. . .]), Sogeval ([menos del 10 %]) y un gran número de competidores (60–80) con escasas cuotas de mercado.

(211) En el mercado danés operan, junto a las partes, las empresas Mallinckrodt (acceso al mercado en

1993, cuota en 1995 del [...]), Estromat ([10–20 %]), con incrementos desde 1993, KvK ([menos del 5 %]), con una reducción de su cuota desde 1993 y un gran número de competidores con cuotas muy reducidas.

(212) En Italia, las partes compiten con Bayer (cuota de mercado en 1995 del [...]), cuya cuota va en descenso desde 1993, Hoechst (entre [...]), Copyr (en torno al [...]) y muchas otras empresas con reducidas cuotas. Una situación similar se observa en España, con la presencia de unos pocos competidores fuertes y muchas empresas pequeñas, y unas cuotas que oscilan en el tiempo; en este mercado, las mayores cuotas, después de las partes, corresponden a las empresas Esteve ([30–40 %]) y, de nuevo, Bayer ([...]).

(213) Estos hechos demuestran que, tras la concentración, las partes liderarán los mercados de algunos Estados miembros, aunque se encontrarán como mínimo con uno y, a menudo, dos competidores fuertes y un gran número de pequeñas empresas. Las considerables oscilaciones de las cuotas en el tiempo son otro indicio de una competencia intensa.

b) Introducción de nuevos productos, competencia potencial

(214) Aunque, en términos generales, los mercados de productos contra la mosca de los establos muestran un crecimiento limitado —en parte incluso negativo—, se espera que en el futuro accedan al mercado otros productos. Entre otras razones, porque las moscas se hacen resistentes a determinadas sustancias activas en un período de tiempo relativamente breve (entre tres y cinco años), lo que impulsa el desarrollo de nuevos productos.

(215) Las partes evalúan los costes de desarrollo de nuevos productos para su utilización en establos en unos 7 millones de ecus. En caso de que el fabricante disponga de una red de distribución en funcionamiento, los costes adicionales no serán considerables. De lo contrario, podrá distribuir los productos a través de terceros, tal y como hace Sandoz (por lo menos hasta 1994, Sandoz distribuía la mayor parte de sus productos a través de empresas que, a su vez, eran competidoras).

(216) Los competidores que ya estén presentes en un Estado miembro no se encontrarán con restricciones a la hora de penetrar en cualquier otro mercado nacional, sobre todo porque los productos comercializados por un mismo fabricante en varios países apenas presentan diferencias. El necesario registro de los productos, competencia que recae sobre las autoridades fitosanitarias, es un procedimiento cuya duración oscila entre seis meses y tres años, como máximo, según el Estado miembro de que se trate. Por tanto, cabe citar como competidores potenciales, en cualquier caso, a Bayer, Mallinckrodt e incluso a Hoechst. Si se tiene en cuenta que entre los mercados de ectoparasiticidas para ganado de renta (EGR) y de productos contra la mosca de los establos existe cierto solapamiento, en esta lista de competidores (potenciales) se incluyen también Grampian, Pitman-Moore, American Cyanamid, MSD (Merck, Sharp y Dome), Pfizer y otros.

(217) Es acceso al mercado, sobre todo para los fabricantes de productos genéricos, es poco costoso. Si éstos pueden probar que la calidad de su producto es idéntica a la del producto ya autorizado, podrán subcontratar la fabricación del producto genérico y, por tanto, no necesitarán crear sus propias instalaciones de producción. Por el momento, sin embargo, los productos genéricos no han conseguido imponerse. El acceso al mercado por parte de sus fabricantes sólo suele prosperar cuando los productos se basan en sustancias activas que no presenten problemas de resistencia o de otra índole. Las partes se han referido a las empresas Farnharn, Fermone/Troy Biosciences y Denka, que desde 1990 están presentes en el mercado francés de productos contra la mosca de los establos.

c) Condiciones de la demanda

(218) Las partes, sus filiales nacionales o sus distribuidores (por ejemplo, Sanofi hasta finales de 1994) venden los productos a cooperativas agrarias o mayoristas, quienes, a su vez, los comercializan a través de sus propios distribuidores o por medio de terceros. En gran medida, la cartera de clientes da las partes en el sector fitosanitario es idéntica a la que tienen en los mercados de productos contra la mosca de los establos. Por tanto, pueden aplicarse a este sector las consideraciones expuestas en el análisis del sector fitosanitario: en caso de que las partes intenten elevar los precios de sus productos de forma significativa, los clientes no sólo podrán cambiar de fuente de suministro, recurriendo a otras empresas, sino que además podrán amenazar con comprar también a la competencia los herbicidas, insecticidas y fungicidas. Por tanto, el margen de libertad de las partes a la hora de fijar los precios queda eficazmente limitado.

d) Investigación y desarrollo (I+D)

(219) El análisis de las repercusiones del potencial de I+D de las partes sobre las futuras condiciones de la competencia no puede limitarse al mercado de productos contra la mosca de los establos, sino

que debe abarcar un ámbito más amplio, sobre todo si se tiene en cuenta el solapamiento de este mercado son el de los EGR y el hecho de que hay sustancias fitosanitarias (sobre todo insecticidas) que pueden ser eficaces contra parásitos y moscas.

(220) En el sector zoosanitario, Ciba y Sandoz invierten el [...] de su volumen de negocios global en actividades de I+D, lo que representa más o menos la media del sector. Todos los competidores importantes han desarrollado en los últimos años nuevas sustancias activas; todos ellos desarrollan actividades de I+D. Destacan, en este sentido, Bayer, Hoechst, Rhône-Mérieux, Pfizer, MSD y American Cyanamid. Para una parte de estas empresas, los ectoparasiticidas constituyen incluso uno de sus principales segmentos.

(221) De las actividades en los ámbitos sanitario y fitosanitario pueden derivarse sinergias con las actividades del sector zoosanitario. La investigación en este último sector recurre a sustancias de la investigación fitosanitaria y, en menor medida, de la investigación sanitaria, con objeto de probar su idoneidad para combatir enfermedades de los animales o insectos. Pero, en su mayoría, estas sustancias se adquieren a fuentes externas (universidades u otras empresas). Además, en la mayor parte de los casos, estas sinergias también las logran alcanzar los competidores a los que se ha hecho referencia.

(222) Las partes disfrutan, en todo caso, de una serie de ventajas derivadas del tamaño de sus departamentos de I+D. También aquí (véase la sección B) ha de alcanzarse una cierta «masa crítica» para que las actividades de I+D resulten prometedoras. Esta masa crítica la alcanzan, por lo menos, todos los competidores de las partes citados.

e) Resumen de los mercados de productos contra la mosca de los establos

(223) Aunque las partes alcanzan parcialmente cuotas de mercado superiores al [40–50 %] y se sitúan a la cabeza de los mercados de productos utilizados en establos, hay una serie de factores que muestran que la operación de concentración no creará ni reforzará una posición dominante en los citados mercados. Se trata de los factores siguientes:

— la relativamente limitada acumulación de cuotas de mercado;

— las fluctuaciones de las cuotas de mercado en el tiempo;

— el previsible acceso al mercado de nuevos productos;

— la presencia sistemática de, por lo menos, un competidor pujante y de numerosos competidores más pequeños;

— la posibilidad de que otros competidores pujantes accedan a los mercados nacionales en los que aún no estaban presentes;

— el poder de la demanda;

— la presencia de competidores que también se destacan en el campo de las actividades de I+D.

4) Mercados del tratamiento de la disentería porcina

(224) Según las partes, es imposible proporcionar las cifras sobre volumen de negocios y cuotas de mercado en estos mercados, porque los productos que sirven para el tratamiento de esta enfermedad tienen al mismo tiempo otras indicaciones. Por tanto, alegan, no se puede comprobar si los clientes utilizan el producto para el tratamiento o la prevención de una enfermedad de las vías respiratorias o de una disentería. El volumen de negocios europeo realizado por Sandoz con el Tiamutin, para todo tipo de aplicaciones (o sea, incluidos los fármacos antiinfecciosos para gallinas) ascendió, en 1995, a [...] millones de ecus. Las partes suponen que Sandoz alcanza, en lo relativo a la disentería porcina, una cuota de mercado en algunos países de alrededor del [...]. Por tanto, no excluyen la posibilidad de que en Grecia e Italia, es decir, en los países donde también Ciba ofrece un producto basado en la tiamulina (Dynamutilin), las cuotas de mercado combinadas superen el [...]. Las investigaciones de la Comisión no han podido arrojar datos más precisos, pero permiten concluir que la posición de las partes en estos mercados es más o menos la indicada.

(225) También Upjohn/Pharmacia, Dow Elanco y, sobre todo, un buen número de fabricantes de preparados genéricos ofrecen productos para el tratamiento de la disentería porcina. Algunos de éstos son productos genéricos basados en la tiamulina, otros contienen otras sustancias activas, como la lincomicina, la lincomicina combinada con la espectinomicina, la tilosina y el metronidazol. Estas sustancias ya no están protegidas por patente y, por tanto, también las producen los fabricantes de productos genéricos.

(226) También la patente de la tiamulina, la sustancia activa contenida en el exitoso producto de las partes, caducó hace tiempo en los países europeos, a excepción de Francia, donde la patente de Sandoz fue prorrogada hasta 1997. Por tanto, otras empresas pueden (o podrán dentro de poco tiempo) producir la tiamulina y formular los correspondientes productos. Hoy en día, aparte

de Sandoz y Ciba, hay por lo menos otra empresa —Archemia/Geopharma (Milán)— que produce, y exporta, tiamulina de la misma calidad. Como los mercados del tratamiento de la disentería porcina son de dimensión muy reducida, no hay duda de que Archemia podría satisfacer todas las necesidades del mercado. Según afirmaciones de los competidores, en un plazo que oscila entre uno y tres años, ésta o cualquier otra empresa podría producir tiamulina de calidad satisfactoria. Por tanto, cabe esperar que accedan al mercado empresas nuevas en caso de que haya perspectivas de obtener beneficios.

(227) Dado que las aplicaciones del producto de las partes no se limitan al tratamiento de la disentería porcina, sino que sirven también para tratar enfermedades de las vías respiratorias y molestias del aparato digestivo de cerdos y gallinas, las partes no pueden elevar los precios únicamente en el mercado del tratamiento de la disentería porcina. Lo más probable es que, si decidieran subir los precios en los mercados en los que su posición es menos pujante (según sus propias estimaciones, sus cuotas de mercado combinadas en el conjunto del ámbito de aplicación de los productos acabados basados en la tiamulina están por debajo del 15 %), experimentarían una reducción de sus cuotas de mercado que repercutiría en sus ganancias. Por este motivo, y teniendo en cuenta que, con toda probabilidad, un aumento de los precios impulsaría la penetración de nuevas empresas en el mercado, cabe concluir que el margen de maniobra de los partes a la hora de fijar los precios es limitado.

(228) Habida cuenta de todas las consideraciones expuestas (presencia de algunos competidores pujantes cuyos productos se basan en sustancias activas distintas a la tiamulina, numerosos fabricantes de productos genéricos, margen limitado en cuanto a la fijación de precios, probabilidad de que nuevas empresas accedan al mercado en caso de que las partes decidieran, pese a todo, elevar sus precios), la Comisión ha llegado a la conclusión de que la operación no creará ni reforzará una posición dominante en los mercados del tratamiento de la disentería porcina, si el mercado de productos ha de ser efectivamente delimitado de forma tan restrictiva.

2. *Ectoparasiticidas para animales domésticos (EAD)*

a) **Delimitación del mercado de productos**

(229) A partir de los comentarios de los competidores y de los datos de que ella misma dispone sobre el modo de acción de los ectoparasiticidas para animales domésticos (EAD), la Comisión ha llegado a la conclusión de que sería demasiado fácil considerar el mercado de EAD un mercado de productos único y homogéneo; tal delimitación subestimaría la posición real de las partes en el mercado.

1) *Segmentos del mercado de EAD*

(230) El mercado de EAD se divide en varios segmentos. Cabe establecer la siguiente subdivisión:

i) en función de dónde se aplica el producto:

— en el propio animal, o

— en su entorno;

ii) en función del tipo de producto de que se trate:

— adulticidas, que matan a los parásitos adultos y suelen acabar también con las larvas, y

— reguladores, que impiden el desarrollo de los insectos (en la jerga del sector, el término usual, que también se utiliza aquí, es el de «insect growth regulators» o, abreviado IGR), al esterilizarlos e interrumpir de este modo el ciclo de reproducción.

(231) Hay una cierta relación entre ambas subdivisiones. Lo normal es que muchos adulticidas se apliquen directamente al animal: collares (antipulgas), polvos, champús o productos de uso tópico. En cambio, muchos IGR se aplican en el entorno del animal, porque el ciclo de reproducción de las pulgas sólo puede interrumpirse con eficacia si el problema potencial se ataja de ambas formas. No todos los adulticidas se aplican directamente al animal, ni todos los IGR sirven meramente para el tratamiento del entorno. La evolución del mercado tiende hacia el desarrollo de productos de alta tecnología e innovadores, lo que deja obsoleta la subdivisión expuesta aquí. Entre tales innovaciones, destaca la introducción del producto «Program» de Ciba, un IGR que se administra al animal en pastillas.

(232) Las investigaciones de la Comisión indican que los adulticidas e insecticidas no pueden considerarse productos plenamente sustitutivos. De lo que sí se tiene certeza es de que los IGR no surten ningún efecto frente a parásitos adultos. En cuanto al uso de adulticidas en tanto que IGR, es cierto, tal y como han alegado las partes, que las pulgas muertas no ponen huevos. Pero este argumento elude el núcleo del problema. Ambos métodos difieren desde el punto de vista de su concepción. Aunque, a corto plazo, un adulticida surte efectos positivos, para resolver problemas a largo plazo es necesario recurrir a los IGR. Ni siquiera la utilización reiterada de adulticidas combate las causas, es decir, logra acabar con la reproducción de los parásitos. Por tanto, ambos productos son complementarios.

(233) De los competidores consultados (Bayer, Hoechst, Mallinckrodt, Pfizer, Rhône-Mérieux, Sanofi y Virbac), más de la mitad (cuatro de siete) estima

que adulticidas e IGR no son productos sustitutivos. De los tres restantes, dos consideran que son intercambiables desde el punto de vista clínico. Asimismo, se ha señalado que, en la práctica, ambos productos se complementan para lograr una solución rápida y eficaz. Algunos competidores tienen la intención de desarrollar un IGR de aplicación directa al animal, lo que, a su juicio, resulta necesario si se desea disponer de una gama completa de productos.

2) *Productos combinados*

(234) Los competidores también han llamado la atención sobre el desarrollo de productos combinados (es decir, productos que combinan adulticidas e IGR). Tales productos reúnen las ventajas del adulticida —es decir, la solución a corto plazo, que elimina eficazmente la emergente población de pulgas— y las del IGR —es decir, la solución a largo plazo, que interrumpe el ciclo de reproducción—. La importancia de los productos combinados es cada vez mayor, aunque por el momento no cubren más que una pequeña parte del mercado global.

(235) Según han afirmado las partes, todos los productos combinados que se comercializan actualmente en Europa consisten en pulverizadores o aerosoles. Todos ellos se utilizan en el entorno del animal; ninguno es de aplicación directa.

(236) A juicio de la Comisión, la presencia de un adulticida y de un IGR en un producto combinado no constituye un indicio de que ambos productos sean sustituibles. Al contrario, indica que hay que resolver ambos aspectos del problema de los parásitos y subraya, por tanto, su naturaleza complementaria.

3) *Comparación de precios*

(237) Las partes también han facilitado datos sobre los precios de los adulticidas en Gran Bretaña, Irlanda y los Países Bajos ([9]). La comparación de precios toma como referencia los costes de un tratamiento de un mes. Los resultados ([10]) se presentan como sigue:

Gran Bretaña

	Producto	Fabricante	Índice de precios
Adulticidas:	Tiguvon	Bayer	100
	Frontline	Rhône-Mérieux	98
IGR:	Program	Ciba	128

Irlanda

	Producto	Fabricante	Índice de precios
Adulticidas:	Tiguvon	Bayer	100
	Frontline	Rhône-Mérieux	72
IGR:	Program	Ciba	136

Países Bajos

	Producto	Fabricante	Índice de precios
Adulticidas:	Tiguvon	Bayer	100
IGR:	Program	Ciba	133

([9]) Según las partes, éstos son los mercados afectados (conjunto del mercado de EAD).

([10]) La Comisión observa que los datos de las partes incluían también un ejemplo del adulticida producido por Mallinckrodt y distribuido en los Países Bajos, Pulvex, cuyo índice de precios se sitúa en 262. Pero puede tratarse de un producto de un subsegmento específico, o bien el elevaldo índice es expresión de la posición de Mallinckrodt en general.

(238) La comparación muestra que el IGR, Program, es significativamente más caro que dos de los más importantes adulticidas, Tiguvon y Frontline. Aunque, en última instancia, este resultado no lleva a conclusiones certeras, ni tan siquiera teniendo en cuenta la observación con respecto a Pulvex (véase la nota 5), sí constituye un indicio de la escasa competencia entre el IGR, Program, por un lado, y los dos adulticidas, Tiguvon y Frontline, por otro.

4) *Canales de distribución*

(239) La Comisión considera que entre los EAD que se comercializan a través de los veterinarios y los que se venden al mercado minorista [es decir, especialidades publicitarias («over-the-counter»), que pueden adquirirse en tiendas especializadas de animales, minoristas y mayoristas], no existe diferencia alguna que justifique una nueva subdivisión del mercado. Generalmente, los productos más nuevos y caros se venden a través de los veterinarios, pero acceden al mercado de especialidades publicitarias entre tres y cinco años después, como máximo, siempre y cuando el producto de que se trate no presente problemas. Además, los clientes tienen acceso a los dos canales de distribución; en ambos se pueden encontrar, en gran parte, los mismos productos.

5) *Conclusiones sobre la delimitación del mercado de productos*

(240) La situación descrita permite extraer las siguientes conclusiones:

— no se puede delimitar el mercado de productos de forma unívoca e indiscutible, aunque cabe partir de una serie de premisas:

— los IGR, sobre todo como tratamiento a corto plazo, no son sustitutivos adecuados de los adulticidas (al inicio del tratamiento, su uso ha de combinarse con un adulticida),

— en condiciones clínicas, tanto los IGR como los adulticidas pueden interrumpir el ciclo de reproducción; pero, en la práctica, un tratamiento eficaz exige que se aborden ambos aspectos del problema (a corto y a largo plazo),

— la mayoría de los competidores estima que los IGR y los adulticidas son intercambiables,

— otros competidores, o bien reconocen el carácter complementario de los IGR y los adulticidas, o bien desean disponer de un IGR para que su surtido de productos sea completo,

— la existencia de productos combinados avala la complementariedad de ambos productos,

— el mercado evoluciona hacia el desarrollo de productos de alta tecnología.

Por estos motivos, para cualquier competidor es esencial poder fabricar un IGR, lo que a su vez implica la necesidad de tener acceso a la sustancia activa correspondiente.

(241) El marco de referencia del análisis de las condiciones de la competencia es el conjunto del mercado de EAD, dedicándose especial atención a la posición de las partes en el mismo, dada la gran importancia que adquirirán los IGR en el futuro.

b) **Mercado geográfico**

(242) Las partes afirman que se percibe una clara tendencia hacia la europeización de los mercados. Citan, a este respecto, las medidas de armonización de la Comunidad, destacando la introducción de procedimientos de autorización normalizados y la fundación de la Agencia Europea para la Evaluación de Medicamentos. Señalan que los productos se fabrican en centros de producción centralizados y se expiden desde allí a todos los países europeos. Además, aseguran que las diferencias de precios entre Estados miembros se irán reduciendo progresivamente.

(243) La Comisión no desconoce esta tendencia de integración, pero, en su opinión, las condiciones de la competencia aún no son lo suficientemente homogéneas como para confirmar la dimensión europea del mercado. Todavía persisten las diferencias en cuanto a los procedimientos nacionales de autorización, las cuotas de mercado de los competidores en los distintos Estados miembros varían considerablemente e incluso la distribución de la producción se configura de modo distinto. Por ejemplo, Sandoz recurre a competidores diferentes para la venta de sus productos en los distintos Estados miembros [. . .].

(244) La heterogeneidad de los productos dificulta el establecimiento de conclusiones a partir de la comparación de precios entre los distintos Estados miembros. A pesar de ello, la existencia de diferencias de precios que oscilan entre el 25 % y el 50 % en lo que respecta a algunos de los EAD que encabezan el mercado puede interpretarse en el sentido de que se trata de mercados de dimensión nacional.

(245) En cualquier caso, algunos de los más importantes competidores están presentes en más de un Estado miembro. Además, las licencias de una misma

sustancia activa no siempre se conceden a la misma empresa para todos los Estados miembros. Por tanto, a la hora de enjuiciar las condiciones competitivas ha de tomarse en consideración esta otra dimensión. De hecho, en los ámbitos que plantean serias dudas (sustancias activas de los IGR), la posición nacional es menos importante y la atención se habrá de centrar, por tanto, en la posición de las empresas involucradas en el mercado europeo o incluso mundial.

c) **Evaluación desde la óptica de la competencia**

1) *Estructura del mercado*

(246) En el mercado de los EAD operan unos cuantos grandes competidores y numerosos pequeños competidores. La mayor parte de estos últimos vende productos relativamente sencillos y, en parte, de menor calidad, a menudo a través del sistema de especialidades publicitarias.

(247) Las partes no han podido facilitar cifras sobre sus cuotas de mercado en los segmentos de IGR y adulticidas y sobre su desglose por Estados miembros. Han señalado que es muy difícil recabar datos fiables al respecto. De hecho, los que facilitaron al principio tuvieron que ser corregidos, porque los productos de Sandoz comercializados a través de terceros (por ejemplo, Sanofi) no estaban incluidos en su cuota de mercado. Por tanto, al enjuiciar la futura posición de las partes en el mercado, la Comisión tuvo que optar por un criterio más bien pragmático.

(248) Los últimos datos sobre cuotas de mercado facilitados por las partes y examinados por la Comisión no establecen una distinción entre el mercado de los IGR y el de los adulticidas. Al delimitar los mercados conforme a la dimensión nacional, se obtienen tres mercados afectados: Gran Bretaña, Irlanda y Países Bajos.

CUOTAS DE MERCADO

(volumen de mercado según datos de las partes)

Gran Bretaña

	Vol (1)	Ciba	Sandoz	Total	Bayer	Rhône-Mérieux	Mallinckrodt
1993	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
1994	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	
1995	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

(1) Volumen del mercado, en millones de ecus.

Países Bajos

	Vol (1)	Ciba	Sandoz	Total	Bayer	Rhône-Mérieux	Virbac
1993	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
1994	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
1995	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]

(1) Volumen del mercado, en millones de ecus.

Irlanda

	Vol (1)	Ciba	Sandoz	Total	Bayer	Rhône-Mérieux	Mallinckrodt
1993	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
1994	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		[...]
1995	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	

(1) Volumen del mercado, en millones de ecus.

(249) Gracias a la operación de concentración, Novartis pasa a encabezar todos los mercados afectados y ocupa una posición especialmente pujante en el británico. Sus principales competidores son Bayer y Rhône-Mérieux. El fuerte crecimiento del mercado de EAD en los tres países queda reflejado en el hecho de que el volumen del mercado se ha duplicado en los últimos dos o tres años.

(250) Como el mercado británico presenta el mayor volumen, con diferencia frente al resto, la Comisión centrará su atención en él. A juzgar por las cifras indicadas en relación con las cuotas de mercado, cabe incluso la probabilidad de que la posición de las partes en otros países sea aún más pujante. Pero la situación en Gran Bretaña puede servir de indicador de la situación en el conjunto de la Comunidad.

(251) Conjuntamente, las partes ocupan una posición destacada en el mercado británico. Según datos facilitados por las partes, sus competidores alcanzaron en 1995 las siguientes cuotas de mercado: Bayer [10–20 %], Rhône-Mérieux [menos del 10 %], Mallinckrodt [menos del 5 %]. Las cifras muestran que, en conjunto, las partes alcanzan cuotas de mercado combinadas cuatro veces superiores, aproximadamente, a las de los dos siguientes competidores y unas veinte veces superiores a las del tercer competidor más importante. Las cuotas de mercado de las demás empresas que compiten en el Reino Unido son muy limitadas; según las investigaciones de la Comisión, éstos venden productos relativamente sencillos y no muy desarrollados.

(252) Esta situación es confirmada, en buena medida, por los datos (confidenciales) del *British Veterinary Institute* (BVI), que se refieren únicamente a las ventas a través de los veterinarios. Por tanto, es casi imposible evaluar el volumen del mercado de especialidades publicitarias. Las investigaciones de la Comisión han revelado que no existe ningún competidor de peso en el mercado de especialidades publicitarias que no figure en la lista del BVI. Las estimaciones de la Comisión sugieren que las cifras de este organismo cubren el 70 %, o más, del conjunto del mercado británico.

(253) Los datos del BVI (correspondientes al último trimestre de 1995) son los siguientes:

Ciba	[30–40 %]
Sandoz (Sanofi)	[10–20 %]
Total	[50–60 %]
Bayer	[10–20 %]
Rhône-Mérieux	[10–20 %]
Virbac	[10–20 %]
Mallinckrodt	[menos del 5 %]
Pfizer	[menos del 5 %]
Hoechst	[menos del 5 %]

Según los datos del BVI, Ciba-Sandoz encabezarán claramente el mercado, con una cuota superior al 50 %.

(254) A juicio de la Comisión, ni Sanofi ni Pfizer pueden considerarse competidores independientes. Los productos que comercializan bajo sus respectivos nombres los fabrica Sandoz. Pfizer y Sanofi prestan su marca y organizan las actividades publicitarias y de distribución.

(255) A la luz de los nuevos recursos de publicidad y distribución que obtendrá Sandoz gracias a la operación de concentración con Ciba, la prórroga de los contratos vigentes dejará prácticamente de tener interés. De hecho, Sandoz ya ha puesto fin a un acuerdo de distribución con Sanofi relativo a productos contra la mosca de los establos. Asimismo, la Comisión ha tenido conocimiento de que, en junio de 1996, Sandoz rescindió un contrato de distribución con otro competidor.

(256) Virbac comercializa productos que contienen otras dos sustancias activas de los IGR distintas al metopreno de Sandoz. La primera se llama piriproxifeno y la suministra Sumitomo. Pero la otra, el fenoxicarbo, la fabrica y suministra Ciba. Además, Virbac mantiene una relación de dependencia con respecto a otras sustancias activas, como la que sirve de base al adulticida fabricado por Ciba, Diazine. Por otro lado, Virbac es una empresa mucho menor de lo que será Novartis y no dispone de recursos financieros comparables.

(257) Bayer, pese a ser el principal competidor de las partes, también compra sustancias activas a Novartis. En concreto, adquiere el metopreno a Sandoz para el producto Bolfo Plus. [. . .]. En este sentido, existe una relación contractual importante entre las partes de la operación y su principal competidor. La poderosa posición de las partes y la relación contractual entre Novartis y Bayer en el segmento IGR, en el que Novartis será especialmente pujante, pone en cuestión que, en la práctica, Bayer sea capaz de ejercer una competencia significativa frente a Novartis.

2) *Segmento de IGR*

(258) Se ha demostrado que es extremadamente difícil obtener datos sobre las cuotas de mercado en los segmentos de IGR y adulticidas. Las únicas cifras que han aportado las partes con respecto a su posición en ambos segmentos se refieren al mercado europeo:

CUOTAS DE MERCADO EN LA COMUNIDAD EN 1995

(Adulticidas/IGR: cifras de las partes)

	Cuota de mercado	Comentario de las partes
IGR	+/- 100 %	Program, de Ciba, es prácticamente el único producto Sandoz no está presente en este segmento
IGR/A (1)	> [...]	la cuota de mercado de Sandoz rebasa el [...] Ciba no está presente en este segmento
Adulticidas	< 15 %	Cuotas de mercado probablemente inferiores al [...], pero es el mayor segmento del mercado

(1) IGR/A son los productos combinados, que contienen sustancias activas de los IGR y adulticidas.

(259) Las partes alegan que los IGR y los productos combinados han de considerarse segmentos separados. Por tanto, señalan, no hay ningún mercado afectado, porque en ninguno de sus segmentos están presentes las dos partes. La Comisión no puede aceptar este argumento. Las propias partes han afirmado que los adulticidas y los IGR son intercambiables, por lo que, siguiendo su línea argumental, también debe ser posible la sustitución entre los IGR y los productos combinados.

(260) Un competidor presentó a la Comisión una estimación de las cuotas de mercado de las partes en el segmento de IGR en varios Estados miembros:

CUOTAS DE MERCADO IGR DE LAS PARTES EN 1995

(cifras de un competidor)

Estado miembro	Volumen de mercado en millones de ecus	Ciba más Sandoz
Reino Unido	10,7	[70- 80 %]
Alemania	4,8	[70- 80 %]
Francia	3,9	[90-100 %]
Países Bajos	1,2	[90-100 %]

Aunque no pueden determinarse con seguridad las cuotas de mercado en el segmento de IGR, hay motivos para suponer que, a escala europea, las de las partes oscilan entre el [80 %-90 %] y el [90 %-100 %].

(261) Ciba comercializa el producto Program en el Reino Unido. Este producto contiene la sustancia activa idónea para los IGR («sustancia activa IGR»), el lufenurón. Sandoz no está presente directamente en este Estado miembro, pero vende productos combinados a través de Sanofi, empresa competidora. Se trata en este caso de Acclaim Plus, un producto combinado fabricado por Sandoz para Sanofi y que contiene metopreno. De forma similar, Pfizer comercializa Canovel, otro producto combinado que contiene la misma sustancia activa de Sandoz.

(262) El producto Program de Ciba tiene un éxito especial en Estados Unidos. Combate contra el problema del entorno pero directamente sobre el animal, y no, como todos los demás IGR que se comercializan actualmente en Europa, desde el propio entorno. Todas las dificultades que se citan a continuación en relación con el uso de un adulticida o un IGR para su aplicación en el entorno no se presentan en el caso del producto Program:

— su modo de aplicación no es el más cómodo,

— el propietario del animal no respeta las indicaciones de uso, porque su correcta aplicación implica un cierto gasto,

— el tratamiento no siempre es eficaz,

— los huevos se hallan, en parte, en lugares de difícil acceso,

— la superficie que se debe tratar es grande,

— pueden surgir riesgos de salud cuando se utilizan pulverizadores.

(263) Ciba ha llevado a cabo grandes campañas publicitarias del producto Program en Estados Unidos. Como se suele anticipar a la del mercado europeo, la evolución en el mercado estadounidense reviste cierta importancia. Aunque Program se comercializa tanto en Europa como en Estados Unidos, Ciba sólo ha invertido en este último país recursos considerables en la publicidad del producto. El alcance del éxito de Ciba en este mercado queda ilustrado en el siguiente cuadro.

(en miles de ecus)

Año	Europa	Mundo (incluido Estados Unidos)
1990	0	[...]
1991	0	[...]
1992	[...]	[...]
1993	[...]	[...]
1994	[...]	[...]
1995	[...]	[...]

(264) Según las investigaciones de la Comisión, ni Hoechst, ni Mallinckrodt ni Rhône-Mérieux comercializan productos IGR, puros o en forma combinada, ni en el Reino Unido ni en el resto de Europa. En cualquier caso, tampoco Bayer dispone de un IGR para su administración directa al animal, un producto que —como se ha indicado —adquirirá especial importancia si se tiene en cuenta la futura evolución del mercado.

(265) Seis de los siete competidores principales consideran que hay una tendencia hacia el uso de los IGR de aplicación directa en el animal, y el séptimo ha llamado la atención sobre el buen resultado de Program, el único IGR de estas características. Asimismo, seis empresas han declarado que estos productos son mejores que los que se utilizan en el entorno del animal. Seis de los citados competidores no disponen, sin embargo, de un IGR de aplicación directa, pero la mayoría de ellos desea desarrollarlo. Uno parece tenerlo ya, aunque la Comisión no sabe si está disponible en el mercado. De todos estos datos se deduce que la posesión de un IGR es un factor decisivo para todos los competidores a la hora de asegurar su futura posición en el mercado.

(266) En este contexto, la pérdida que supone para Ciba la competencia potencial de Sandoz reviste especial importancia. Según los datos de que dispone la Comisión, Sandoz ya ha desarrollado un IGR de aplicación directa basado en la sustancia activa metopreno, que actualmente se vende en el mercado estadounidense.

3) *Sustancias activas*

(267) Un factor decisivo para la evaluación de la situación de la competencia es el volumen de los suministros de sustancias activas por parte de Novartis a empresas competidoras. A diferencia del sector fitosanitario (véase la sección B), llama la atención en el mercado de EAD que, en lo que respecta tanto a las sustancias activas de los IGR como a las de los adulticidas, las relaciones de suministro son unilaterales; es decir, Novartis suministra a competidores, pero no al revés. La Comisión no tiene constancia de que Novartis adquiera a un competidor sustancia activa alguna para la fabricación de IGR o adulticidas.

(268) En el segmento de IGR existen, según las investigaciones de la Comisión, cinco sustancias activas indicadas para la fabricación de estos productos ([11]):

Sustancias activas IGR	Propietario	Caducidad de la patente
Metopreno RS + S	Sandoz	caducada, para el metopreno S se ha solicitado prórroga
Fenoxicarbo	Ciba	marzo 1999
Lufenurón	Ciba	octubre 2005
Flufenoxurón	American Cyanamid	abril 2005
Piriproxifeno	Sumitomo	abril 2004

Las partes controlan tres de estas cinco sustancias activas. Sandoz suministra el metopreno indirectamente (contenido en su producto final) a Sanofi y Pfizer y, directamente, a Bayer. Tras la concentración, Novartis apenas tendrá motivos para continuar con estos suministros (véase la sección dedicada a la estructura del mercado). Según las averiguaciones de la Comisión, la mayoría de los competidores no puede obtener las sustancias activas necesarias de American Cyanamid o Sumitomo.

4) *Acceso potencial al mercado a través de otras fuentes de suministro e metopreno*

(269) Aunque la Comisión reconoce que el metopreno ya no disfruta de la protección de una patente, parecen plantearse por lo menos tres problemas esenciales a la hora de encontrar un fabricante de productos genéricos adecuado que produzca esta sustancia.

([11]) Además, las partes han citado una sexta sustancia activa, el triflumurón, de Bayer. Pero Bayer parece preferir el piriproxifeno y el metopreno, alternativas para las que cuenta con la correspondiente licencia, a su propio producto.

(270) En primer lugar, parece difícil asegurarse un proveedor idóneo. Las partes han citado a dos proveedores potenciales húngaros ([12]). Según las averiguaciones de la Comisión, Egis Pharmaceuticals no suministrará el metopreno puro, sino únicamente el producto final. Babolna-bio parece dispuesta a suministrar metopreno, pero algunos competidores han expresado sus dudas en cuanto a su capacidad para suministrar todas las distintas formas del producto que puedan solicitarle los actuales clientes de Sandoz. Por ejemplo, el metopreno S es una fórmula mejorada, con un efecto más duradero, que en la actualidad sólo fabrica Sandoz. Aun cuando, desde el punto de vista clínico, los productos de Hungría o China podrían equipararse al de Sandoz, el mercado —el hecho de que los competidores que operan en los Estados miembros no compren dichos productos— demuestra que el metopreno fabricado en Hungría o China no constituye una alternativa suficiente frente a la sustancia activa que fabrica Sandoz.

(271) En segundo lugar, cualquier proveedor potencial debería ser capaz de suministrar el producto con las especificaciones deseadas. Según la información disponible, hoy en día, debido a la falta de conocimientos tecnológicos, los fabricantes genéricos no logran alcanzar, en el caso del metopreno, los niveles de pureza deseados.

(272) Para las sustancias activas y los productos acabados autorizados existe un expediente («Master File») que contiene toda la información necesaria para solicitar la autorización de comercialización a las autoridades nacionales. Este expediente es propiedad de la empresa que ha solicitado la autorización, y no puede ponerse a disposición de terceros, ni siquiera cuando haya caducado, en su caso, la correspondiente patente. Por tanto, en tercer lugar, pueden producirse retrasos en la comercialización de un producto final elaborado con el producto genérico cuando las autoridades no disponen del correspondiente expediente. En consecuencia, las autoridades responsables de la autorización examinarían la seguridad y eficacia de la sustancia activa y del producto final. Básicamente, las investigaciones de la Comisión han confirmado que, aun cuando el metopreno estuviera disponible conforme a las especificaciones de calidad deseadas, se tardaría entre cuatro y cinco años en desarrollar un IGR de administración directa al animal.

([12]) Aparte de éstos, el único fabricante del que tiene conocimiento la Comisión es el Instituto de Pesticidas de Tianjin (China), que opera en todo el mundo. Las partes no citan a este proveedor como una de las fuentes potenciales de suministro; en cualquier caso, ha de partirse de la base de que probablemente presente las mismas desventajas que los dos proveedores húngaros.

5) *Poder de la demanda*

(273) La demanda está extremadamente fragmentada, dado que se compone de un pequeño número de clientes que adquieren los productos preferentemente a través de veterinarios, tiendas especializadas, etc. A juicio de la Comisión, el poder de la demanda, si existe, es de escasa importancia. Las partes no han hecho referencia a la existencia de tal poder.

6) *Conclusión*

(274) A la luz de la posición de Novartis en el conjunto del mercado de EAD, sobre todo en lo que respecta a los IGR, y habida cuenta de que los competidores dependen de que prosiga el suministro de otras sustancias activas y, sobre todo, del metopreno, es bastante probable que el margen de actuación de Novartis en el futuro no se vea lo suficientemente limitado por los competidores. Por tanto, la concentración en este mercado originará una posición dominante.

d) **Compromiso ofrecido por las partes de la operación**

(275) Las partes han reconocido las dudas de la Comisión en lo que respecta a la futura posición de Novartis en el mercado y, sobre todo, en lo relativo al suministro de metopreno. Para despejar tales dudas, han propuesto el siguiente compromiso:

«Por la presente, ambas empresas, en nombre de Novartis AG, declaran estar dispuestas a conceder a todos los interesados serios e idóneos, en el plazo de dos años a partir de su fusión en Novartis AG, una licencia no exclusiva e ilimitada para la fabricación de la sustancia activa metopreno RS y S destinada a la utilización en ectoparasiticidas para animales domésticos vendidos en Europa. A tal fin, pondrán a disposición del licenciatario los datos técnicos necesarios y el "Master File". Las condiciones de concesión de la licencia serán equitativas y razonables. Los derechos de licencia, vinculados al volumen de negocios, no rebasarán el 5 % de dicho volumen, y el periodo máximo de duración será de diez años; la contribución inicial a los gastos se deducirá de los citados derechos de licencia. En caso de que el licenciatario realice su volumen de negocios con un producto compuesto de varias sustancias activas, sólo se tendrá en cuenta, a la hora de determinar los derechos, la parte correspondiente al metopreno. Durante el periodo de tiempo que transcurra entre la firma del contrato de licencia y el inicio de la producción por parte del licenciatario, periodo limitado a un máximo de dos años, Novartis accederá a suministrar el metopreno al licenciatario en condiciones normales de mercado.»

e) **Evaluación del compromiso propuesto**

(276) Mediante la operación de concentración, las partes ocuparán una posición extremadamente pujante en el mercado de EAD, sobre todo en lo que respecta a las sustancias activas de los IGR —decisivas para el futuro desarrollo del mercado— que aquéllas suministran a una serie de competidores. Ciba tiene patentadas dos sustancias activas de IGR, el lufenurón y el fenoxicarbo. Sandoz es titular de la patente original del metopreno, que entretanto ha caducado; está pendiente una solicitud de prórroga de la patente del metopreno S. Sandoz es el único fabricante del metopreno S en el mundo y posee, por tanto, unos conocimientos técnicos y de procedimientos muy valiosos.

(277) El compromiso propuesto permite a los competidores adquirir una licencia para la fabricación de metopreno RS y S. De este modo se evitan las consecuencias negativas que presenta, desde la óptica de la competencia, la combinación de los derechos de propiedad industrial de las tres sustancias activas de los IGR. El metopreno seguirá disponible en el mercado y podrá ser utilizado por empresas competidoras para el desarrollo de la próxima generación de IGR. Un expediente técnico completo, incluido el «Master File», será puesto a su disposición. Ello les permitirá desarrollar IGR basados en el metopreno. Por tanto, la concesión de licencias preservará el acceso al mercado por parte de otros fabricantes, que deberán competir con las restantes ventajas considerables de Novartis.

(278) Al mismo tiempo, los competidores actuales tendrán la posibilidad de liberarse de su dependencia frente a Novartis en lo que respecta a la adquisición del metopreno, sea del tipo RS o S. En consecuencia, podrán diseñar sus estrategias comerciales en el ámbito de los EAD sin depender de Novartis para la adquisición del metopreno.

(279) A la luz de estas consideraciones, la Comisión estima que, si bien Novartis seguirá encabezando el mercado de fabricación de EAD en Europa y ocupando una posición destacada en el mercado, no hay un grado suficiente de probabilidad de que las partes puedan actuar en buena medida con independencia de sus competidores.

(280) Para permitir que la Comisión supervise en los próximos dos años el cumplimiento de los compromisos contraídos, las partes deberán presentar informes trimestrales que contengan la siguiente información:

— licencias de metopreno solicitadas,

— licencias de metopreno concedidas,

— en el caso de que la licencia no haya sido concedida, motivos de su denegación,

— pormenores de las cantidades de metopreno RS y S suministradas, bien en forma de sustancias activas o bien contenidas en productos acabados.

D. SEMILLAS

1. *Delimitación del mercado*

(281) La elaboración de semillas abarca el cultivo/desarrollo, la multiplicación/producción y la comercialización. Existen semillas de todo tipo de plantas (útiles) como remolacha, maíz, trigo, cebada, uvas, etc. Los distintos tipos de semillas no son sustituibles entre sí y, por tanto, representan mercados de productos separados (véase el asunto IV/M.556 Zeneca/Vanderhave, nº 11).

(282) Los competidores propusieron una delimitación del mercado más restringida. En primer lugar, el agricultor, conforme a determinados criterios, decide cultivar un cierto tipo de planta y, tras esta decisión, puede optar entre distintos tipos de semillas para el cultivo de la planta seleccionada. En función de las condiciones climáticas y de la naturaleza del suelo, los tipos de semillas que se utilizan en una determinada región no son intercambiables con otros tipos propios de otras regiones. Por tanto, los distintos tipos de semillas se engloban en mercados de productos separados conforme a un criterio regional. No obstante, como todos los competidores que operan con rentabilidad producen semillas para todas las regiones, a efectos de la presente evaluación la delimitación del mercado no ha de distinguir entre los distintos tipos regionales de semillas.

(283) La producción de semillas consta de dos etapas: cultivo y producción comercial (véase el asunto IV/M.556 Zeneca/Vanderhave, nº 12 y ss). A su vez, la producción comercial de semillas se divide en dos fases: la semilla mejorada por las empresas de semillas (semilla de base) pasa, por contrato, a cooperativas y agricultores para su multiplicación en semilla acabada no purificada. Después del proceso de multiplicación, la semilla se purifica, clasifica y empaqueta en la planta elaboradora de la empresa de semillas o en otras empresas.

(284) Las partes no delimitan las fases de producción que se acaban de describir como mercados de

productos separados, porque, durante todo el proceso de elaboración, la empresa de semillas mantiene la propiedad de la semilla; es decir, no tienen lugar operaciones de compraventa. En todo caso, existe un mercado de multiplicación de semillas, en el que las cooperativas y los agricultores desarrollan esta actividad.

(285) Las empresas de semillas suelen intercambiar material genético (plasma germinal) para mejorar las semillas de base. A tal fin, se desarrollan híbridos comunes, o sea, se cruzan las líneas de dos empresas. Normalmente, esta actividad la suele llevar a cabo sólo una de las dos empresas, mientras que la otra, que no participa activamente en la operación, obtiene los correspondientes derechos de licencia. La empresa de semillas obtiene y regenera mediante un prolongado proceso de cultivo el material genético, que es equiparable a los bienes inmateriales de los ámbitos químico y técnico protegidos por patente. Por tanto, las partes y los demás competidores no venden el material genético a terceros. Pero, según información facilitada por algunos competidores, hay muchas empresas que producen semillas recurriendo al material genético de los denominados «foundation seed houses» (estos organismos están especializados en recopilar material genético producido por empresas y revenderlo a otras para su cruce). Por tanto, existen mercados de material genético. Pero, como ya se ha indicado, las partes no lo venden a terceros; en consecuencia, no operan en estos mercados.

2. *Mercado geográfico*

(286) En los mercados de semillas, el rendimiento potencial de una determinada semilla constituye el factor determinante de su compra. Como las condiciones climáticas y la naturaleza del suelo son distintas en cada región, las semillas diferenciadas con criterios regionales son las más rentables. Por tanto, la demanda se orienta hacia productos adaptados a las condiciones regionales o climáticas (véase el asunto IV/.556 Zeneca/Vanderhave, nº 14 y ss.).

(287) Antes de su comercialización, las semillas han de registrarse en un Estado miembro. Si se solicita el registro y la semilla cumple los requisitos correspondientes, se incluye en un catálogo nacional, de tal forma que queda automáticamente incluida en el catálogo europeo. A partir de este momento, la semilla puede ser comercializada en el conjunto de la Comunidad. Además, los datos facilitados por las partes indican que los precios de las semillas difieren considerablemente entre unos y otros Estados miembros.

(288) Las empresas de semillas no producen semillas en todos los Estados miembros, sino que limitan su producción a un número reducido de países, algunos de ellos no europeos. En consecuencia, las cuotas de exportación e importación son elevadas.

(289) A los efectos de la presente evaluación, la delimitación del mercado geográfico de referencia puede quedar abierta, porque, tanto si se parte de la definición más restringida (mercados nacionales) como de otras más amplias, la operación de concentración no origina ni refuerza en los mercados de semillas una posición dominante (véanse los siguientes apartados).

(290) Como las semillas se cultivan para distintas zonas climáticas, el mercado de multiplicación de semillas ha de delimitarse atendiendo al criterio de las zonas climáticas, que a veces rebasan las fronteras nacionales. En Europa se distinguen cuatro zonas climáticas de norte a sur. Los mercados europeos se abastecen parcialmente con semillas desarrolladas y cultivadas (también multiplicadas) en el «corn belt» de Estados Unidos. Por tanto, la delimitación geográfica en función de este criterio ha de incluir las zonas del mundo entero que presenten características climáticas similares.

3. *Evaluación desde la óptica de la competencia*

a) **Mercados de multiplicación de semillas**

(291) En los mercados de multiplicación de semillas, miles de cooperativas agrarias y agricultores se dedican a esta actividad. El porcentaje sobre los ingresos que obtiene una cooperativa o un agricultor por esta actividad es muy limitado y, por tanto, revisten una importancia secundaria desde el punto de vista económico. Además, la concentración sólo dará lugar a un solapamiento de actividades, de escasa importancia, en el caso de las semillas de maíz. Por tanto, las repercusiones de la concentración sobre las condiciones competitivas en los mercados de multiplicación de semillas — donde se multiplican todo tipo de semillas, no sólo las de maíz — son escasas. Por otro lado, en este mercado operan todos los productores de semillas, de modo que el agricultor dispone de distintas alternativas. Por tanto, no existe la posibilidad de que se produzca un abuso de poder por parte de la demanda. En consecuencia, la operación de concentración no creará ni reforzará una posición dominante en este mercado.

b) **Mercados de semillas**

1) *Estructura del mercado*

(292) Las cuotas de mercado de las partes tras la operación de concentración únicamente rebasan el 15 % en los siguientes mercados:

— semillas de maíz hortícola en Grecia ([30 %–40 %], Ciba [20 %–30 %]; Sandoz [menos del 5 %]);

— semillas de maíz hortícola en España ([30 %–40 %]; Ciba [30 %–40 %]; Sandoz [menos del 5 %])

(293) La acumulación de cuotas de mercado de las partes es relativamente limitada, de modo que la operación no reforzará significativamente su posición en el mercado. Esta hipótesis se ve reforzada por el hecho de que la cuota de mercado de Sandoz en Grecia ha caído en un [menos del 5 %] desde 1992, y en España no ha superado en los últimos tres años el [menos del 5 %]. Sólo Ciba ocupa una posición dominante, con una cuota más o menos estable —del [30 %–40 %]— en España y una cuota en el mercado griego que se duplicó, pasando del [10 %–20 %] en 1992 al [20 %–30 %] en 1994.

(294) El competidor más importante es Pioneer, cuya cuota se sitúa en el [40 %–50 %] en Grecia y el [30 %–40 %] en España. En Grecia, las cuotas de mercado de Pioneer se redujeron entre 1992 y 1994 en un [menos del 10 %], en España, en el mismo periodo, aumentaron en un [menos del 5 %]. Otro competidor destacado en Grecia es Limagrain, cuya cuota se sitúa en un [menos del 10 %] ([menos del -5 %] con respecto a 1992). Limagrain también está presente en el mercado español, aunque su cuota de mercado es ínfima. En España opera asimismo Zeneca, con una cuota de mercado inferior al 5 %; la cuota de esta empresa en Grecia es muy reducida. Las partes y las empresas consultadas citan a otros cuatro competidores de los mercados español y griego, aunque sus cuotas son muy reducidas.

2. *Competencia potencial y acceso al mercado*

(295) Como se ha ilustrado en el ejemplo de Grecia, pueden producirse fluctuaciones de las cuotas de mercado en un breve plazo de tiempo. Los nuevos cultivos con un potencial de rendimiento mayor que el de las semillas actuales se imponen con rapidez en el mercado. La fidelidad a una marca es escasa (véase el asunto IV/M.556 Zeneca/Vanderhave, nº 21). Las investigaciones de la Comisión han revelado que todos los años acceden al mercado nuevos productos.

(296) La posesión de conocimientos técnicos específicos relativos a uno o varios mercados de semillas constituye una ayuda limitada a la hora de ampliar las actividades a nuevos mercados. La posibilidad de acceder a un determinado mercado de productos depende del material genético de que disponga la empresa. Los métodos de cultivo, la producción, las técnicas de comercialización y la distribución también exigen conocimientos específicos, que son distintos para cada uno de los mercados de productos.

(297) Las partes citan a dos nuevos competidores que accedieron en 1990 a los mercados de semillas de maíz forrajero: Mycogen y Golden Harvest. Según las investigaciones de la Comisión, no se trata de competidores importantes. Tampoco las partes se refieren a ellos como competidores en España y Grecia.

(298) Ciba opera exclusivamente en los mercados de semillas de maíz forrajero, en los que Sandoz —como ya se ha señalado— no ocupa una posición importante. sin embargo, Sandoz también está presente en otros mercados de semillas, en algunos de los cuales alcanza elevadas cuotas de mercado; por ejemplo, en el mercado belga de semillas de flores (cuota de mercado [60 %–70 %]), en los mercados de semillas de remolacha británico ([80 %–90 %]), sueco ([90 %–100 %]) e irlandés ([80 %–90 %]), etc. Dado que, en estos mercados, Ciba no dispone del correspondiente material genético, cuyo desarrollo implica un proceso largo, tampoco podía calificarse a esta empresa, antes de la operación de concentración, de competidor potencial de Sandoz. De este modo, la operación no modifica en lo esencial la situación relativa a la competencia en los mercados de semillas en los que sólo está presente Sandoz.

3) *Investigación y desarrollo*

(299) Habida cuenta de que los productos perfeccionados se están imponiendo con gran rapidez, el potencial de I+D de una empresa es esencial para la evaluación de su posición en el mercado. Las partes dedican cerca del 10 % de su volumen de negocios en el sector de las semillas a actividades de I+D. Entre los competidores pujantes en este ámbito cabe citar a Pioneer, Limagrain, DeKalb, Seminis, Zeneca/Vanderhave, Cargill y KWS (Kleinwanzleber Saatzucht). La principal innovación se produjo en los años veinte, con la introducción de híbridos para el cultivo del maíz. El desarrollo de nuevos productos de semillas permite elevar los beneficios aproximadamente en un promedio del 1 % anual.

(300) Como ya se ha señalado con respecto a los mercados de productos fitosanitarios (véase la sección B), los conocimientos adquiridos en el sector de las semillas sobre utilización de métodos biotecnológicos y de ingeniería genética para el desarrollo de genes con determinadas propiedades (por ejemplo, con determinadas resistencias) y los conocimientos del ámbito fitosanitario sobre los efectos fungicidas e insecticidas de los microorganismos y de determinados genes pueden aplicarse tanto en el sector fitosanitario como en el de las semillas. Así, Ciba ya ha solicitado en Europa la autorización de maíz híbrido transformado genéticamente, que se autoprotege frente a la oruga

taladradora del maíz. La fuerte posición de Sandoz en el sector de las semillas (excepto en el caso del maíz hortícola) y la fuerte posición de Ciba en el sector fitosanitario darán posiblemente lugar a las correspondientes sinergias en el ámbito de las actividades de I+D. Sin embargo, según información facilitada por algunos competidores, la actividad paralela en ambos sectores (fitosanitario y de semillas) no ha supuesto hasta ahora ninguna ventaja desde la óptica de la competencia.

(301) Las nuevas tecnologías desarrolladas en los últimos años (sobre todo en el campo de la biología molecular y de la ingeniería genética) probablemente propiciarán la entrada de nuevas empresas en el mercado. Las partes y sus competidores esperan que diversas empresas introducirán nuevos productos de semillas. Cabe citar, a este respecto, a Pioneer, DeKalb, Monsanto (en parte, ya ha conseguido comercializar semillas de soja que se protegen frente a los organismos nocivos e insectos o son resistentes a los herbicidas), KWS, Mycogen, Plant Genetic Systems, Calgen, Zeneca, Seminis y Rhône-Poulenc.

(302) Los competidores han destacado que la emergente tecnología de la biología molecular va a exigir nuevas inversiones en personal y material. Como se trata de una tecnología que no sustituye, sino que complementa, los métodos biotecnológicos tradicionales, las empresas de semillas se ven forzadas a emplear más medios en actividades de I+D. Cuanto mayores sean las unidades empresariales, más facilidad tendrán para asumir sus costes. Las investigaciones de la Comisión han revelado que por lo menos dos empresas, Pioneer y Zeneca, alcanzan el «tamaño crítico» necesario. Los otros competidores citados tampoco sufrirán necesariamente consecuencias negativas, porque, precisamente en el campo de las actividades de I+D, existen acuerdos de cooperación entre empresas productoras de semillas (véase el asunto IV(M.556 Zeneca/Vanderhave, nº 19).

4) *Posición oligopolística en el mercado*

(303) En Grecia y en España, las partes y Pioneer alcanzarán cuotas de mercado combinadas del [70 %–80 %]. Por tanto, se plantea la cuestión de su posición oligopolística en el mercado. En el asunto IV/M.556 Zeneca/Vanderhave (punto nº 26), se partió de la base de que, cuando una empresa cualquiera aprovechara su posición en el mercado para elevar los precios, otras empresas descubrirían nuevas posibilidades rentables en el mercado y, por tanto, se dedicarían a cultivar nuevas generaciones de semillas. Esta hipótesis es válida en el presente caso, dado que los costes de transporte en el sector son bastante reducidos y los de acceso al mercado para empresas que ya operan en el sector se calcula que oscilan entre 2 y 5 millones de ecus. A la luz de las consideraciones expuestas con respecto a las condiciones de acceso al mercado, esta hipótesis sólo sirve para las empresas que ya estén presentes en el mercado de semillas de maíz hortícola, entre las que se encuentran, por lo menos, Limagrain, Pau/Rustica, KWS y Zeneca. Por lo demás, Zeneca y Limagrain ya están presentes en los mercados español y griego con reducidas cuotas de mercado.

(304) Además, los mercados de semillas de maíz hortícola presentan un elevado grado de diferenciación de productos. Como el agricultor escoge, con arreglo a una variedad de criterios (naturaleza del suelo, época de crecimiento, rendimiento previsible, etc.), el tipo de semillas que más le conviene, existe en este mercado toda una gama de productos con propiedades distintas. Por tanto, los productos son heterogéneos y cada oferente dispone de un cierto margen a la hora de fijar los precios. Así lo demuestra también una comparación de los precios medios de las semillas de maíz de Sandoz y Ciba en España y Grecia. Ciba ofertó estos productos a precios hasta un 100 % superiores a los de Sandoz.

(305) Por otro lado, la disminución de las cuotas de mercado de Pioneer en Grecia y su aumento en España sugieren que no existe un comportamiento oligopolístico de las empresas que encabezan el mercado.

c) **Resumen del mercado de semillas**

(306) En consideración a los siguientes factores, la Comisión ha llegado a la conclusión de que la operación no crea ni refuerza una posición dominante en los mercados de semillas:

— la reducida acumulación de cuotas de mercado,

— su fluctuación a lo largo del tiempo,

— los numerosos competidores presentes en el mercado,

— la presencia de algunos competidores importantes en el ámbito de las actividades de I+D,

— la presunción justificada de que Ciba no era un competidor potencial en los mercados en los que Sandoz está fuertemente representada.

E. VALORACIÓN DE CONJUNTO

1. *Productos sanitarios*

(307) El proyecto de concentración no creará ni reforzará una posición dominante de las partes en los mercados nacionales de medicamentos afectados ni en los de sustancias activas. Tampoco cabe esperar que la operación cree o refuerce una posición dominante en los futuros mercados.

2. *Productos fitosanitarios*

(308) En el sector fitosanitario, la operación no creará ni reforzará una posición dominante que pueda obstaculizar significativamente la competencia efectiva en el conjunto o en una parte sustancial del mercado común.

3. *Productos zoosanitarios*

(309) Las investigaciones de la Comisión han permitido concluir que, en los mercados de sustancias activas, ectoparasiticidas para ganado renta, productos contra la mosca de los establos y tratamiento de la disentería porcina, el acuerdo no creará ni reforzará una posición dominante. A condición de que las partes cumplan los compromisos contraídos, esta apreciación del proyecto de concentración es igualmente aplicable a los mercados de ectoparasiticidas para animales domésticos.

4. *Semillas*

(310) El proyecto de concentración tampoco creará ni reforzará una posición dominante en los mercados de semillas afectados.

V. CONCLUSIÓN

(311) Habida cuenta de las consideraciones expuestas, la concentración propuesta no creará ni reforzará una posición dominante que pueda obstaculizar significativamente la competencia efectiva en una parte sustancial del mercado común a condición de que las partes cumplan los compromisos contraídos. En consecuencia, de conformidad con el apartado 2 del artículo 2 del Reglamento de concentraciones y con el artículo 57 del Acuerdo EEE, la operación, bajo esta condición, debe declararse compatible con el mercado común y con el correcto funcionamiento del Acuerdo EEE.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

La concentración notificada, que llevarán a cabo las empresas Ciba-Geigy AG y Sandoz AG, se declara compatible con el mercado común y con el buen funcionamiento del Acuerdo EEE a condición de que las partes cumplan el compromiso contraído, expuesto en el punto 275 de la presente Decisión.

Artículo 2

Se insta a las partes para que informen a la Comisión con arreglo a lo dispuesto en el punto 280 de la presente Decisión.

Artículo 3

Los destinatarios de la presente Decisión serán:

1) Ciba-Geigy AG
CH-4002 Basilea

2) Sandoz AG
CH-4002 Basilea

Hecho en Bruselas, el 17 de julio de 1996.

Por la Comisión

Karel VAN MIERT

Miembro de la Comisión