



Bruxelles, den 10. oktober 2001\*  
SG (2001) D/291745

**KOMMISSIONENS BESLUTNING**

**af 10. oktober 2001**

**om en fusions uforenelighed med fællesmarkedet**

(Sag nr. COMP/M.2283 – Schneider/Legrand)

Rådets forordning (EØF) nr. 4064/89

(Kun den franske udgave er autentisk)

(EØS-relevant tekst)

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR –

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til aftalen om Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde, navnlig artikel 57,

under henvisning til Rådets forordning (EØF) nr. 4064/89 af 21. december 1989 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser<sup>1</sup>, senest ændret ved forordning (EF) nr. 1310/97<sup>2</sup>, særlig artikel 8, stk. 3,

under henvisning til Kommissionens beslutning af 30. marts 2001 om at indlede procedure i denne sag,

efter at have givet de deltagende virksomheder lejlighed til at fremsætte deres bemærkninger til Kommissionens indsigelser,

under henvisning til udtalelse fra Det Rådgivende Udvalg for Kontrol med Fusioner og Virksomhedsovertagelser<sup>3</sup>,

under henvisning til den endelige rapport fra høringskonsulenten i denne sag<sup>4</sup>, og

---

<sup>1</sup> EFT L 395 af 30.12.1989, s. 1; EFT L 257 af 21.9.1990, s. 13 (berigtigelse).

<sup>2</sup> EFT L 180 af 9.7.1997, s. 1; EFT L 40 af 13.2.1998, s. 17 (korrigendum).

<sup>3</sup> EFT C ...,...2001, s. ...

ud fra følgende betragtninger:

- (1) Den 16. februar 2001 modtog Kommissionen en anmeldelse efter artikel 4 i forordning (EØF) nr. 4064/89 (i det følgende benævnt "fusionsforordningen") af en planlagt fusion, hvorved virksomheden SCHNEIDER ELECTRIC ville få kontrol i den i fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), fastsatte betydning med hele virksomheden LEGRAND ved et offentligt ombytningstilbud, der blev bekendtgjort den 15. januar 2001.

## **I. PARTERNE**

- (2) SCHNEIDER ELECTRIC (i det følgende benævnt "Schneider") er et fransk aktieselskab, som er moderselskab i en koncern, der driver virksomhed med fremstilling og salg af produkter og systemer inden for elforsyning, kontrol og styring af industri-maskiner og automation. Selskabet opererer på verdensplan.
- (3) LEGRAND (i det følgende benævnt "Legrand") er et fransk aktieselskab, som er moderselskab i en koncern, der har specialiseret sig i fremstilling og salg af elektrisk materiel til lavspænding. Selskabet opererer på verdensplan.

## **II. FUSIONEN**

- (4) Fusionen består i et offentligt ombytningstilbud fra Schneiders side omfattende alle de Legrand-aktier, der ejes af offentligheden. Fusionen indebærer derfor erhvervelse af enekontrol i den i fusionsforordningens artikel 3, stk. 1, litra b), fastsatte betydning. Ombytningstilbuddet blev afsluttet den 25. juli 2001, og Schneider har nu 98,1% af aktierne i Legrand.

## **III. FÆLLESSKABSDIMENSION**

- (5) De berørte virksomheder har tilsammen en omsætning på verdensplan på over 5 000 mio. EUR<sup>5</sup> (Schneider: 8 750 mio. EUR, Legrand: 2 791 mio. EUR). De har hver især en omsætning i EU på over 250 mio. EUR (Schneider: 4 095 mio. EUR, Legrand: 1 684 mio. EUR) og ingen af dem har over to tredjedele af deres omsætning i én og samme medlemsstat. Transaktionen har derfor fællesskabsdimension.

## **IV. SAGSFORLØB**

- (6) Efter at have gennemgået anmeldelsen konkluderede Kommissionen, at den anmeldte transaktion var omfattet af fusionsforordningen, og at det var meget tvivlsomt, om den var forenelig med fællesmarkedet og EØS-aftalen. Kommissionen indledte derfor ved

---

<sup>4</sup> EFT C ...,...2001 , s. ...

<sup>5</sup> Omsætningen er beregnet i henhold til fusionsforordningens artikel 5, stk. 1, og Kommissionens meddelelse om beregning af omsætning (EFT C 66 af 2.3.1999, s. 25). For så vidt som tallene omfatter omsætning før 1. januar 1999, er beregningen foretaget på grundlag af de gennemsnitlige ecu-kurser og omregnet til euro i forholdet 1:1.

en beslutning af 30. marts 2001 en procedure i henhold til artikel 6, stk. 1, litra c), i fusionsforordningen.

- (7) For at få mulighed for at gennemgå den anmeldte transaktion grundigt fremsatte Kommissionen den 6. april 2001 med henvisning til artikel 11 i fusionsforordningen en begæring om oplysninger over for Schneider og Legrand. Fristen for besvarelse af denne henvendelse udløb den 18. april 2001, men Schneider og Legrand havde ikke meddelt alle de ønskede oplysninger inden denne frist.
- (8) Kommissionen vedtog derfor to beslutninger stilet til henholdsvis Schneider og Legrand med henvisning til artikel 11, stk. 5, i fusionsforordningen. Fristen for vedtagelse af en beslutning med hjemmel i fusionsforordningens artikel 8 blev derfor med henvisning til artikel 10, stk. 4, i fusionsforordningen stillet i bero fra den 6. april 2001 og indtil den dato, Kommissionen havde modtaget alle de ønskede oplysninger, dvs. den 25. juni 2001.
- (9) Den 3. august 2001 fremsendte Kommissionen en meddelelse med klagepunkter til Schneider. Parterne svarede på denne meddelelse med klagepunkter ved en skrivelse af 16. august 2001 (i det følgende benævnt "svarskrivelse"). Den 21. august 2001 blev der afholdt en høring.

## **V. FORENELIGHED MED FÆLLESMARKEDET**

### **A. Sektoren for lavspændingsmateriel**

#### *A.1 Indledning*

- (10) Den anmeldte fusion vil primært få virkninger i sektoren for lavspændingsmateriel, hvor alt Legrands salg ligger og næsten halvdelen af Schneiders aktiviteter.
- (11) Denne sektor omfatter det eludstyr i industri-, kontor- og boligejendomme, som er placeret efter tilslutningen til mellemspændingsnettet. Det omfatter alt det nødvendige materiel til elforsyningen og eltilslutningen i bygningen (såsom eltavler, kanal-skinnesystemer, forgreningsdåser, stikkontakter og afbrydere), komponenter til kommunikationsnetværk og kontrolsystemer (til airconditionanlæg, belysning m.m.) og materiel til forskellige formål i bygningen, bl.a. sikkerhedssystemer, brandalarmer og tyverisikring.
- (12) Den foreliggende fusion vil nærmere betegnet primært berøre følgende tre kategorier af udstyr:
  - (a) Eltavler til lavspænding, som i det væsentlige skal forsyne de forskellige installationsniveauer med elektrisk energi (f.eks. en bygning, en etage eller en lejlighed) og beskytte disse og brugerne mod overspænding og kortslutninger. Disse tavler, som hovedsagelig består af et skab og forskellige beskyttelseskomponenter (afbrydere, sikringer og fejlstrømsafbrydere), kan underinddeles i tre forskellige produktgrupper, som modsvarer de forskellige forsyningsniveauer: (i) hovedtavler (som forbinder store kontor- og industriejendomme til mellemspændingsnettet), (ii) fordelingstavler (som typisk dækker elforsyningen til en etage) og (iii) gruppetavler (som anvendes hos slutbrugere med et begrænset energibehov, f.eks. beboere i lejligheder).

- (b) Kabelføringsveje og præfabrikerede kanalskinnesystemer, til fremføring af el-kabler under gulve, i installationskanaler og over loftsplader i en bygning.
  - (c) Det elektriske materiel til tilslutning efter gruppetavlen, som kan inddeles i seks produktkategorier: (i) monteringsmateriel, som udgør den afsluttende del af den faste installation (stikkontakter, afbrydere m.m.), (ii) kontrolsystemer, som styrer en bestemt funktion (f.eks. varmeanlægget) i en bestemt del af bygningen, (iii) systemer til sikring af genstandes og personers sikkerhed (alarmsystemer, brandovervågningssystemer, nødbelysning m.m.), (iv) edb-stik til kommunikationssystemer (edb-stik, montageskabe m.m.), (v) fastgørelses- og forgreningsmateriel til brug ved forgrening, fastgørelse og kabelføring i forbindelse med installationer, som tilsluttes efter gruppetavlerne, og (vi) komponenter til integreret kabelføring (ledningskanaler, gulvstik eller standere).
- (13) Den anmeldte fusion vil ligeledes få virkninger for andre produkttyper til industribrug, bl.a. hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, også kaldet "trykknapsystemer til industrien ", samt strømforsyninger og transformere.
- (14) Parterne foreslår at inddele denne sektor på den i tabellen nedenfor viste måde, som herefter danner udgangspunkt for afgrænsningen af de relevante markeder i den foreliggende beslutning:

**TABEL 1**

Segment	Betegnelse	Produkter
Segment 1	Hovedtavler til lavspænding	Skabelementer, afbrydere, sikringer m.m.
Segment 2	Fordelingstavler	Skabelementer, afbrydere, sikringer m.m.
Segment 3	Kabelføringsveje og kanalskinnesystemer	Kabelføringsveje og kanalskinnesystemer.
Segment 4	Gruppetavler	Skabelementer, afbrydere, sikringer, fejlstrømsafbrydere m.m.
Segment 5	Segment 5A	Elektrisk udstyr til tilslutning efter gruppetavlen Monteringsmateriel Kontrolsystemer Sikkerheds- og sikringssystemer Komponenter til kommunikationsnetssystemer
	Segment 5B	Tilbehør til opdeling af installationen Forgreningsdåser, fastgørelsesmateriel og udstyr til kabelføring mellem gruppetavlen og det tilkoblede udstyr
	Segment 5C	Integreret kabelføring Gulvstik, ledningskanaler til vægopsætning, standere m.m.
Industrielle komponenter	Transformere og strømforsyninger Hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner	Udstyr til sikring af industrielle anlægs forsyning med veksel- eller jævnstrøm Tilslutningsmateriel, som skal sikre styringen af industrielle anlæg

## A.2 Beskrivelse af sektoren

### A.2.1 Aktørerne på markedet

- (15) Udbuddet af og efterspørgslen efter de pågældende produkter hidrører fra seks forskellige grupper af markedsaktører: producenter, grossister, tavlemontører, installatører, projektledere (arkitekter, entreprenører m.fl.) og de endelige kunder.

### A.2.2. Producenter af lavspændingsmateriel

- (16) Elmaterielproducenterne er de industrikoncerner, som udvikler og fremstiller det pågældende materiel. Schneider opererer internt med en sondring<sup>6</sup> mellem tre forskellige typer aktører: "megaaktører", "dilemmaer" og "de modne".
- (17) Schneider definerer primært de store internationale koncerner (eller "megaaktører") ud fra deres størrelse, et bredt produktsortiment og evne til at flytte og omlægge aktiviteter i større målestok. Ud over Schneider er de store koncerner på verdensplan i denne kategori ABB, Siemens, General Electric (i det følgende benævnt "GE"), Tyco, Matsushita og Emerson. Kun fire af disse koncerner har aktiviteter af betydning inden for lavspændingsmateriel i Europa. Det drejer sig om Schneider, ABB, Siemens og GE, som alle har et meget stort produktsortiment inden for lavspænding og omfattende aktiviteter inden for elmateriel til mellemspænding og højspænding. Man skal desuden være opmærksom på, at ABB, Siemens og GE i et vist omfang er vertikalt integreret og også beskæftiger sig med installation af elmateriel og/eller montering af tavler. Emerson er primært aktiv i USA, Matsushita er stort set fraværende fra det europæiske marked, og Tyco er kun aktiv i Europa på nogle bestemte nichemarkeder inden for monteringsmateriel og kabelføringsveje.

<sup>6</sup> "Evolution du positionnement stratégique de nos principaux concurrents".

- (18) Ifølge Schneider er "dilemmaerne" [...] \* mere specialiserede virksomheder, som primært opererer i de cykliske sektorer [...] \* og lider under forbigående ringe vækst. Disse virksomheder er desuden karakteriseret ved omfattende ændringer i sammensætningen af deres aktiviteter og har ikke været i stand til at optræde som en samlet gruppe, hvilket har resulteret i et markant fald i deres aktiekurser på børsen.
- (19) "De modne" [...] \* er mindre virksomheder, som har specialiseret sig i lavspændingsmateriel. De har som oftest en fuldt udviklet aktivitetssammensætning, som ikke ændrer sig ret meget, men har samtidig en stigende omsætning, som de kan fastholde ved hjælp af eksterne overtagelser. Denne beskrivelse ville også passe på [...] \*.
- (20) Den ovennævnte inddeling er primært baseret på virksomhedernes størrelse og spredningen i deres produktsortiment, hvilket er i overensstemmelse med Schneiders forretningsmæssige og strategiske vision. Den gælder dog også for de pågældende virksomheders større eller mindre internationale spredning. "Megaaktørerne", navnlig Schneider, ABB og Siemens, opererer som hovedregel mange EØS-lande, medens flere af "de modne" som oftest har begrænset deres aktiviteter til nogle få lande. Således opererer [...] \* primært i Frankrig, Tyskland, Nederlandene og Portugal, medens [...] \* henter over halvdelen af sin omsætning i Tyskland, og [...] \* hovedsagelig opererer i Italien.
- (21) De største producenters aktiviteter kan opsummeres i nedenstående tabel (\*\*\*=stort produktsortiment, der sælges i de fleste EØS-lande, \*\*=mindre huller i produktsortiment eller geografisk dækning, \*=store huller i produktsortiment og geografisk dækning):

**Tabel 2**

Navn	Hoved tavler	Fordelings-tavler	Kabelførings-veje og kanalskinne-systemer	Gruppe tavler	Monteringsmateriel
Schneider	***	***	***	***	**
Legrand		**	*	***	***
ABB	***	***	*	***	**
Siemens	***	***		**	*
GE	***	***		**	*
Hager		**	*	***	*
Moeller	**	**	**	**	*
Gewiss		*		*	*

---

\* Visse passager i det foreliggende dokument er udeladt af hensyn til oplysningernes fortrolige karakter; de er angivet i skarp parentes og markeret med en asterisk.

### A.2.3 Grossister

- (22) Grossisterne er mere lokalt orienterede forhandlere, der kan tilbyde alle de former for materiel, installatøerne og tavlemontøren har brug for til at udføre en elektrisk installation. Som parterne anfører, fungerer de som en form for distributionscentraler for produkterne og varetager både en logistikfunktion og en samlefunktion og kan også for visse produkter og til visse kunder (navnlig mindre installatører) tilbyde finansiering af indkøb af produkter og endog yde teknisk rådgivning. Grossisterne køber direkte fra producenterne.
- (23) Relationerne mellem grossister og producenter er styret af kontrakter, der normalt er af et års varighed, men som kan fornyes. Kontrakterne forhandles på flere geografiske niveauer (primært lokalt og nationalt) og for forskellige produktkategorier. Som hovedregel opereres der i kontrakterne med rabatter for de enkelte produktlinjer i forhold til producenterens katalogpriser. Rabatterne afhænger af de solgte mængder af de pågældende produkter. Ud over denne generelle rabatordning opereres der i kontrakterne med grossisterne også med ekstra rabatter som et incitament (f.eks. ved at være progressive) til at udvikle en bestemt produktlinje eller øge det generelle salg af produkterne fra den pågældende producent. Disse rabatter beregnes ved kontraktens udløb. Det kan forekomme, at disse distributionsaftaler er underordnet aftaler på europæisk plan, men sådanne overordnede aftaler er som oftest af mere generelt tilsnit og indeholder ingen finansielle bestemmelser.
- (24) Grossisternes funktioner og betydning i logistikkæden varierer ganske meget mellem de forskellige typer materiel. Det fremgår således af oplysninger fra parterne, som er blevet bekræftet ved Kommissionens undersøgelse, at der stort set ikke er involveret grossister i salget af materiel til hovedtavler, men at de sidder på næsten 80% af salget af materiel til fordelingstavler og kabelføringsveje og på næsten hele salget (over 90%) af udstyr til gruppetavler og monteringsmateriel.
- (25) Disse forskelle skyldes tilsyneladende primært, at installatøerne generelt er tilbøjelige til at lægge hovedparten af deres indkøb hos grossisterne, medens omvendt de store industrikunder og større tavlemontører som oftest henvender sig direkte til producenterne. Hvad angår de produkter, der primært købes af installatører og små og mellemstore tavlemontører (komponenter til fordelingstavler og gruppetavler, kabelføringsveje, kanalskinnesystemer og monteringsmateriel), sælger producenterne altså normalt hovedparten af deres produktion gennem grossister. Til gengæld leveres de produkter, som primært indkøbes af de store industrikunder og større tavlemontører, f.eks. komponenter til hovedtavler, normalt direkte af producenterne.
- (26) Det fremgår desuden af Kommissionens undersøgelse, at der er store forskelle mellem EØS-landene med hensyn til grossistvirksomhedernes størrelse og koncentrationsgrad. Distributionen i Frankrig er således stærkt koncentreret omkring koncernerne Rexel og Sonepar, men er tilsyneladende langt mere spredt i Spanien og Portugal. Ifølge interne dokumenter<sup>7</sup> fra parterne har disse strukturforskelle en vis indvirkning på grossisternes adfærd i de pågældende lande. Det ser således ud til, at konkurrencen mellem grossister i de lande, hvor distributionsleddet er kraftigst opdelt, f.eks. Portugal, resulterer i en prisrig, som virker tilbage på producenterne.

---

<sup>7</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

#### A.2.4 Tavlemontører

- (27) Tavlemontører er fagfolk, som monterer de forskellige elementer til en eltavle i en bygning. I praksis udfører de fire funktioner: (i) undersøgelse af og tilpasning af tavlen til de særlige krav, den enkelte installation stiller, (ii) levering og montering af de dele, der udgør tavlen (skabelementer, afbrydere, sikringer m.m.), (iii) kabelføringen i forbindelse med tavlen og (iv) kontrol af, at den færdige tavle fungerer korrekt. Tavlemontørerne leverer derefter skabene klar til brug til installatøren, som foretager opsætningen hos den endelige kunde. I praksis beskæftiger tavlemontører sig hovedsagelig med hoved- og fordelingstavler. Gruppetavlerne, som er mindre komplicerede, tilpasses og monteres normalt direkte af installatørerne.
- (28) Størrelsen og antallet af tavlemontørvirksomheder varierer afhængigt af effekten af de anlæg, de beskæftiger sig med (og dermed anlæggenes kompleksitet). Ifølge oplysninger fra parterne findes der således i Frankrig ca. 3 000 tavlemontører, som kan montere tavler op til 630 ampere, men kun 300, der kan montere tavler på op til 1 600 ampere. Nogle tavlemontørvirksomheder kan også være vertikalt integreret. F.eks. har visse producenter, f.eks. ABB og Siemens, egne tavlemontørvirksomheder i visse lande. Nogle tavlemontører fremstiller eller tilpasser desuden selv forskellige elementer i tilknytning til tavlen (f.eks. bærebælg og beskyttelsesplader) eller medvirke direkte ved opsætningen.
- (29) Man skal desuden være opmærksom på, at de større tavlemontører, som beskæftiger sig med mere komplicerede anlæg (f.eks. hovedtavler), oftest køber ind direkte hos producenterne, medens de små og mellemstore tavlemontører, som primært beskæftiger sig med fordelingstavler, normalt indkøber deres komponenter hos grossisterne. Af logistiske hensyn kan de indkøb, de større tavlemontører foretager direkte hos producenterne, i visse tilfælde gå via grossisterne (som i så fald kun står for logistikfunktionen).
- (30) Endelig kan tavlemontørerne opnå autorisation fra producenterne. Ved en sådan autorisation attesterer producenten tavlemontørens tekniske ekspertise til at anvende de pågældende produkter. I de fleste tilfælde er en tavlemontør autoriseret af en enkelt producent, som derfor bliver hans hovedleverandør.

#### A.2.5 Installatører

- (31) Installatører er fagfolk, som foretager opsætningen af lavspændingsmateriel hos den endelige kunde. Installatørerne vælger som oftest selv, hvilke typer og mærker af materiel der anvendes, med undtagelse af komponenterne til de store fordelingstavler, hvor materiellet vælges af tavlemontørerne eller er foreskrevet af projektlederne, og "synlige" komponenter (stikkontakter, afbrydere m.m.), der i større kontor- og boligbyggeri normalt bestemmes af projektlederen, og for mindre boligbyggeris vedkommende af projektlederen i samarbejde med den endelige kunde.



- (32) Denne kategori er forholdsvis stærkt opdelt og meget heterogen, eftersom den omfatter et meget stort antal aktører (over 30 000 i Frankrig), rækkende lige fra mindre håndværkere, der arbejder alene, og til virksomheder med over 10 ansatte og egen tegnestue. Parterne mener, at man i lighed med, hvad der gør sig gældende for tavlemontører, generelt kan se en sammenhæng mellem virksomhedens størrelse og installationsarbejdets kompleksitet. De mindre installatører arbejder normalt med gruppetavler og monteringsmateriel (stikkontakter, afbrydere m.m.) i mindre bygninger. F.eks. forklarer parterne, at hvad angår gruppetavler, som er mindre tekniske end fordelingstavler, "er håndværkerne i mange tilfælde små firmaer på to til tre personer – mester selv med en svend og/eller lærling; det er mesters kone, der bestiller materiellet hos distributøren. For at være sikker på at kunne skaffe det nødvendige udstyr og for at lette monteringsarbejdet køber de alt, [hvad der hører til tavlen, af samme mærke]\*"<sup>8</sup>. De mellemstore installatører (med tre til ti ansatte) vælges normalt til at udføre det arbejde, der omfatter fordelingstavlerne. De større installatører (ti ansatte og derover) koncentrerer deres virksomhed omkring hovedtavlerne. De større installatører kan i øvrigt sidestilles med tavlemontører.
- (33) Som nævnt køber installatører næsten udelukkende ind hos de lokale grossister. Det skal i øvrigt bemærkes, at installatørerne normalt kun ligger inde med et meget begrænset lager af materiel. Grossisterne kan ud over deres typiske logistikfunktioner også tilbyde finansieringsfaciliteter (eftersom en håndværker normalt først får sine penge, når kunden har modtaget installationen). Det ser desuden ud til, at et stigende antal installatører anmoder deres grossister om teknisk rådgivning eller instruktioner, navnlig når det drejer sig om montering af komplekse systemer.
- (34) Installatørerne anvender desuden i stigende grad software med instruktioner og forklaringer på de elektriske installationer; dette software leveres af producenterne enten gratis eller mod betaling. Med denne software kan installatørerne spare tid, når de skal sætte sig ind i detaljerne i installationen og vælge det relevante materiel, og softwaren er specifik for de enkelte producenter. Det fremgik af Kommissionens undersøgelse, at installatørerne i praksis kun anvender software fra en eller to forskellige producenter på grund af den tid og dermed penge, der skal investeres for at sætte sig ind i brugen. Leveringen af denne software har altså til formål og virkning at gøre installatørerne mere loyale over for produkterne fra en bestemt producent.

#### A.2.6 Projektledere

- (35) Projektlederne (eller bygherrerne) er arkitekter, tegnestuer, offentlige boligselskaber og store entreprenørfirmaer, som står for projekteringen af det byggeri, hvori det elektriske udstyr skal installeres. De medvirker som oftest ved større byggeprojekter (både industri-, kontor- og boligbyggeri) og køber ikke selv materiellet, men de opstiller de tekniske specifikationer for installationen (og stiller i visse tilfælde også krav om bestemte mærker for produkterne) og kan derved komme til at virke som ordregivere.

#### A.2.7 Kunderne

- (36) De endelige kunder er de personer eller virksomheder, der ejer den bygning, hvori det elektriske udstyr er installeret. I henhold til en traditionel opdeling (som også

---

<sup>8</sup> Meddelelse fra parterne af 25. juli 2001.

Schneider og Legrand følger) kan de endelige kunder inddeles i to hovedkategorier: industrikunderne på den ene side og byggeselskaberne på den anden side. Byggesektoren underinddeles ofte i en sektor for kontorbyggeri og en sektor for boligbyggeri.

- (37) Med undtagelse af visse komponenter, som specielt er beregnet til industrien (f.eks. hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, transformere og strømforsyninger), vil lavspændingsmateriel (f.eks. en afbryder) normalt kunne anvendes på samme måde af de to kundekategorier. Det gælder navnlig for tavlekomponenter og kabelføringsveje og størsteparten af monteringsmateriellet.
- (38) Der er dog visse markante forskelle mellem industribyggeri og andet byggeri. Hovedparten af installationsarbejdet i byggesektoren vedrører mindre anlæg, der er baseret på en forholdsvis begrænset elektrisk kapacitet (det gælder fordelingsstavler og gruppetavler). I denne form for byggeri har den endelige kunde og ordregiverne desuden kun afgørende indflydelse på sortimentet og mærket, når det gælder det "synlige" materiel (stikkontakter, afbrydere, ledningskanaler til vægopsætning m.m.). Valget af mærke og sortiment for andet materiel (tavlekomponenter, kabelføringsveje m.m.) træffes snarere af installatøren eller i givet fald tavlemontøren.
- (39) Til gengæld kræver industribyggeri som oftest større elektrisk kapacitet (af den type, der distribueres via hovedtavler). Denne form for anlæg er ikke begrænset til simpel fordeling af elektrisk energi, men kan også omfatte specifikt automationsudstyr, proceskontrolsystemer m.m. Her har den endelige kunde eller projektlederne også større indflydelse på valget af produktmærke.
- (40) Det udstyr, der leveres til industrianlæg, kan således adskille sig ganske meget fra det, der anvendes i kontorbyggeri og boliger. Ordrene fra industrikunderne (både med hensyn til elektrisk kapacitet og entreprisens størrelse) kan således være langt mere omfattende end en gennemsnitsentreprise i byggesektoren, hvor kun de største entrepriser kan sammenlignes med industrikundernes.
- (41) Det medfører, at producenterne i forbindelse med størsteparten af industrientrepriserne og de største entrepriser inden for byggesektoren sælger det pågældende elektriske materiel enten direkte til den endelige kunde (det gælder de større industrianlæg) eller til de store tavlemontører. De traditionelle entrepriser i byggesektoren er noget anderledes, idet salget her normalt går via grossister. Entrepriserne med de store industrikunder er desuden mere forudsigelige, men samtidig færre (og ifølge interne dokumenter fra Schneider<sup>9</sup> [...]\*) end i byggesektoren. Endelig kan specifikationerne være formuleret særdeles præcist og f.eks. indeholde flere krav om overholdelse af EU-standarder end de sædvanlige standarder eller normer for nationale installationer.
- (42) Det betyder i praksis, at selv om alle producenterne i det store og hele er aktive inden for samtlige segmenter, vil deres renommé og konkurrencemæssige stilling kunne variere ganske betydeligt i forhold til de forskellige kundekategorier. Legrand er således specielt kendt for sine produkter til brug i boligbyggeri, medens Siemens og ABB tilsyneladende altid har satset mere på industrikunderne.

---

<sup>9</sup> Dokument fra Schneider (svar på spørgsmål 316): "Developping switchboard business".

### A.3 Standardernes betydning

- (43) Når det drejer sig om produkter, som er beregnet til at komme i kontakt med elektricitet, er de forskellige kategorier af lavspændingsmateriel undergivet forskellige regler, der skal sikre, at de under brugen ikke bringer menneskers liv og helbred i fare eller beskadiger eller ødelægger genstande. Disse regler har indflydelse på produkternes udformning. I det omfang, der er forskel på de standarder, som er gældende inden for EØS, har reglerne desuden indvirkning på muligheden for at markedsføre produkterne i de forskellige medlemsstater.
- (44) Der må sondres mellem forskellige kategorier af regler og standarder:

#### A.3.1 Lavspændingsdirektivet

- (45) Der er for det første forskellige lovfæstede regler og standarder. Det drejer sig især om Rådets direktiv 73/23/EØF af 19. februar 1973 om tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om elektrisk materiel bestemt til anvendelse inden for visse spændingsgrænser<sup>10</sup> ("lavspændingsdirektivet"), senere direktiver om samme emne og hele den lovgivning, der er vedtaget i medlemsstaterne for at indarbejde direktiverne i national ret.
- (46) Lavspændingsdirektivet indeholder ingen præcise bestemmelser om fremstillingen af materiellet, men foreskriver blot visse sikkerhedskrav for dette materiel ("væsentlige krav"), for at det kan forhandles frit inden for EØS. Det er overladt til de europæiske standardiseringsorganer såsom Den Europæiske Komité for Elektroteknisk Standardisering (Cenelec) efter mandat fra Kommissionen at fastsætte harmoniserede europæiske standarder, som ikke i sig selv har retskraft, men som ud fra en retsformodning garanterer producenterne og brugerne, at materiel, der opfylder disse standarder, også opfylder de lovfæstede krav.

#### A.3.2 Produktstandarder fastsat af standardiseringsorganer

- (47) Ud over de harmoniserede europæiske standarder, som hænger sammen med EU-lovgivningen og definerer de væsentlige krav i direktiverne mere detaljeret, findes der andre standarder, som er vedtaget af de forskellige standardiseringsorganer på enten internationalt, europæisk eller nationalt plan, f.eks. Den Internationale Elektrotekniske Kommission (IEC), Cenelec, Union technique de l'électricité (UTE) i Frankrig, Deutsche Elektrotechnische Kommission im DIN und VDE (DKE) i Tyskland m.fl. Disse normer og standarder fastsætter også præcise regler for fremstillingen af de pågældende produkter, men heller ikke her er der tale om lovfæstede krav.
- (48) De vigtigste berørte interesser (producenter, brugere m.fl.) er repræsenteret i standardiseringsorganerne. IEC er de nationale organers internationale sammenlutning, medens Cenelec repræsenterer dem på europæisk plan. Inden for disse to organer findes der en række tekniske komitéer og underkomitéer for de forskellige kategorier af produkter; disse komitéer og underkomitéer består af delegationer fra de nationale organers tilsvarende strukturer. Det er kun formændene og sekretærerne for de enkelte komitéer og underkomitéer, der udpeges for en længere periode. Medlemmerne af de nationale organers delegationer udpeges ad hoc til et enkelt møde eller en

---

<sup>10</sup> EFT L 77 af 26. marts 1973, s. 29-33.

møderække. Producenterne tilstræber normalt at være repræsenteret i de komitéer, som beskæftiger sig med de produkter, de fremstiller, for at få indflydelse på standardiseringsprocessen. Det er derfor en fordel at være en international virksomhed, fordi det giver mulighed for at være med på flere forskellige niveauer. Begge parter bruger ganske betydelige ressourcer på deltagelsen i standardiseringsarbejdet.

- (49) Cenelec-standarderne vedtages normalt (i 80% af tilfældene<sup>11</sup>), efter at IEC har udarbejdet en standard, og Cenelec-standarderne følger IEC-standarderne, dog måske med visse tilpasninger. Cenelec-standarderne er bindende for de nationale standardiseringsorganer. De skal vedtages som nationale standarder uden ændringer, og de nationale standarder, som ikke er i overensstemmelse med de relevante Cenelec-standarder, skal ophæves<sup>12</sup>.
- (50) Parterne bekræfter, at der findes harmoniserede europæiske standarder for langt størsteparten af de produkter, der indgår i elforsyningsmateriel. Der er dog stadig visse standarder i Europa, som endnu ikke er harmoniseret. En lang række produkter er i realiteten omfattet af europæiske standarder, som ikke resulterer i en fuld harmonisering af produkterne, f.eks. har man endnu ikke forsøgt at harmonisere benene i elstik.

### A.3.3 Regler og normer for elinstallationer

- (51) Reglerne og normerne for elinstallationer vedrører ikke selve fremstillingen af materiellet, men den måde, hvorpå det skal tilsluttes elnettet (det gælder f.eks. systemjordingen), hvilket i mange tilfælde har konsekvenser for udformningen af selve produktet. Det drejer sig normalt om regler, der er foreskrevet af standardiseringsorganerne (IEC, Cenelec eller nationale organer). De kan også være fastsat af myndighederne (f.eks. det franske "arrêté" af 2. oktober 1978 om offentligt tilgængelige rum, som indeholder visse regler om nødbelysning<sup>13</sup>). Det kan også dreje sig om bestemte vaner og traditioner, som installatørerne følger i et givet land eller en region. Disse installationsnormer, som ganske vist ikke på nogen måde er lovfæstede, tvinger i realiteten producenterne til at konstruere produkterne på en bestemt måde, hvis de vil gøre sig håb om at markedsføre deres produkter med succes i det pågældende land.
- (52) Blandt sådanne regler og normer for elinstallationer skal også nævnes de krav, visse virksomheder stiller. F.eks. fastsætter elforsyningsselskaberne regler for det materiel, der skal tilsluttes det offentlige elnet. Disse regler, som ligeledes i realiteten er bindende for producenterne af elmateriel, kan være gældende i et helt land, som det er tilfældet med kravene fra Electricité de France (EDF), eller i en bestemt region eller et lokalområde, som det er tilfældet med de krav, der stilles af visse regionale elforsyningsselskaber i Tyskland og Østrig.

### A.3.4 "CE"-mærket og nationale kvalitetsmærker

- (53) Der findes to typer mærker: "CE"-mærket og de nationale kvalitetsmærker.

---

<sup>11</sup> [www.cenelec.org/Info/about.htm](http://www.cenelec.org/Info/about.htm).

<sup>12</sup> [www.dke.de/en/wir/normung](http://www.dke.de/en/wir/normung).

<sup>13</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på spørgsmål 187.

- (54) "CE"-mærket skal i henhold til EU-direktiverne figurere på alle produkter, der er omfattet af bestemmelserne i lavspændingsdirektivet. Det anbringes på produktet udelukkende på producentens ansvar, som hermed erklærer, at produktet er i overensstemmelse med direktivets krav. Disse krav vedrører produkternes specifikationer samt procedurerne for den overensstemmelsesvurdering, der skal foretages, før produktet kan markedsføres. Producenterne kan henvise til såkaldte "harmoniserede" standarder for at dokumentere, at deres produkter er i overensstemmelse med de væsentlige krav i direktiverne, hvorimod procedurerne for overensstemmelsesvurderingen kan gøre det nødvendigt at inddrage et udenforstående organ. "CE"-mærket giver således en retlig garanti for, at produkterne kan cirkulere frit inden for EØS.
- (55) Kvalitetsmærkerne (f.eks. "NF" i Frankrig, "VDE" i Tyskland og "CEBEC" i Belgien) gives af et uafhængigt certificeringsorgan efter anmodning fra producenten og efter, at et anerkendt laboratorium mod et gebyr har foretaget en række afprøvninger af produktet. Kvalitetsmærket attesterer, at produktet er i overensstemmelse med de gældende standarder (internationale, europæiske eller nationale).
- (56) Det er normalt ikke et lovfæstet krav, at produkterne skal have et kvalitetsmærke. Der findes dog undtagelser: f.eks. kræves det i Frankrig, at nødbelysningsystemer er forsynet med det franske kvalitetsmærke. Selv om producenterne ikke er retligt forpligtet til at opnå et bestemt lands kvalitetsmærke for at kunne markedsføre deres produkter i landet, er det dog nødvendigt af forretningsmæssige hensyn. Installatørerne og de endelige kunder vil ofte forlange det, fordi det pågældende kvalitetsmærke giver dem vished for, at de produkter, der har det, er fuldstændigt sikre at anvende. Det er især vigtigt, hvor det drejer sig om elmateriel, som, hvis det viser sig at være fejlbehæftet, kan forårsage alvorlige ulykker. Tilliden til de nationale mærker underbygges i øvrigt yderligere af det forhold, at de, i modsætning til "CE"-mærket, udstedes af uafhængige organer.
- (57) "CE"-mærket og kvalitetsmærkets relative betydning i installatørernes og forbrugernes øjne afspejles af deres placering og synlighed på elmateriellet. Når de to mærker figurerer på et produkt, fremhæver producenten kvalitetsmærket, medens "CE"-mærket som oftest er væsentligt mindre synligt. På f.eks. afbrydermateriel er kvalitetsmærket anbragt på forsiden af produktet og ofte markeret med stærke farver. "CE"-mærket er derimod anbragt på siden af produktet og har som oftest samme farve som produktet selv.
- (58) De nationale kvalitetsmærkers betydning for forbrugerne opsummeres af Legrands datterselskab Arnould på følgende måde<sup>14</sup>:

"NF"-mærket er baseret på, at producenten frivilligt lader sine produkter underkaste en streng certificeringsprocedure. **NF-mærket er bevis for, at produktet er i overensstemmelse med de franske og europæiske standarder.** Det udstedes af et uafhængigt certificeringsorgan efter omfattende afprøvning af produkterne og inspektion og undersøgelser på produktionsstedet. Mærket kan kun bibeholdes, hvis de kontrolafprøvninger, der foretages med jævne mellemrum, falder tilfredsstillende ud. **NF-mærket garanterer meget mere end sikkerheden. Det garanterer også det elektriske materiels pålidelighed og kvalitet.** Rent konkret er NF-mærket på

---

<sup>14</sup> Hovedkatalog 2001, s. 319 (fede typer i originalen).

elektrisk materiel Deres garanti for, at elinstallationen fungerer korrekt og driftssikkert."

- (59) Legrand giver i sit produktkatalog for 2000 følgende forklaringer på "CE"-mærket<sup>15</sup>:

"CE-mærket figurerer på Legrands elektriske og/eller elektroniske produkter eller på produkternes emballage. Det er gjort lovpligtigt ved en række direktiver udstedt af Rådet for Den Europæiske Union. [...] CE-mærket kan under ingen omstændigheder erstatte et kvalitetsmærke. I Frankrig betyder CE-mærket, at toldvæsenet og det særlige kontor for bekæmpelse af svig (DGCCRF) skal give tilladelse til, at de pågældende produkter kan cirkulere frit. Det er den enkelte producent, der er ansvarlig for CE-mærkningen af sine produkter eller deres emballage. Der er ingen udenforstående organer, der foretager nogen form for overensstemmelseskontrol af produktionen (overensstemmelse med nationale og internationale standarder for sikkerhed og ydeevne)."

- (60) Det belgiske certificeringsorgan, CEBEC, forklarer på samme måde<sup>16</sup>:

"Ifølge belgisk ret og EU-ret skal produkterne opfylde kravene i EU-direktiverne og dermed også kravene til CE-mærkning. Alle produkter skal være CE-mærkede, og produkter, som ikke er CE-mærkede, må ikke sælges frit. Selve CE-mærkningen betyder kun, at produkterne frit kan sælges, og giver ingen yderligere oplysninger om produktet [...]".

Mange af de direktiver, der gælder for elektrisk materiel, anvender en formel for overensstemmelsesvurderingen, som ikke kræver et uafhængigt laboratoriums eller et anerkendt organs medvirken. CE-mærket er ikke andet end en producents erklæring om, at de væsentlige krav i direktiverne er opfyldt.

CEBEC-mærket, der tildeles af et uafhængigt og velrenommeret certificeringsorgan, garanterer, at produkterne løbende er i overensstemmelse med internationale sikkerhedsstandarder.

Forbrugerne vil fortsat efterspørge elektriske produkter, der er certificeret af et uafhængigt organ. Producenterne af eludstyr og elinstallationsmateriel er nødt til at sikre sig, at deres produkter hele tiden er i overensstemmelse med de internationale standarder. CE-mærket giver ingen garanti herfor, men det gør CEBEC-mærket."

- (61) De nationale certificeringsorganer er desuden i de fleste medlemsstater samtidig ansvarlige for udarbejdelsen af produktstandarder. I nogle lande (f.eks. Tyskland og Det Forenede Kongerige) findes der flere certificeringsorganer.
- (62) I henhold til en overenskomst mellem hovedparten af de organer, der er medlemmer af Cenelec, den såkaldte "Cenelec Certification Agreement (CCA)", skal alle produkter, der har fået et kvalitetsmærke fra et medlemsorgan, efter anmodning også have de kvalitetsmærker, der gives af alle de øvrige medlemsorganer, mod et lavere gebyr og uden krav om en ny række afprøvninger. Der findes ikke desto mindre særskilte kvalitetsmærker i samtlige EØS-lande, og elektriske produkter er forsynet med det nationale kvalitetsmærke i det land, hvori de markedsføres.

---

<sup>15</sup> Katalog 2000, s. 800.

<sup>16</sup> [www.cebec.be/leaflets/cebec.html](http://www.cebec.be/leaflets/cebec.html).

## A.4 Mekanismerne i sektoren

### A.4.1 Beskrivelse af den vertikale kæde

- (63) Den omsætningskæde, der forbinder alle disse aktører, kan opsummeres således: Bestillingen udgår fra den endelige kunde, som overlader det til enten en installatør eller, hvor det drejer sig om større byggeprojekter, til en projektleder at definere elinstallationen. Når der foreligger en færdig plan over elinstallationen, er det normalt installatøren, der vælger, indkøber og monterer elmateriellet; han køber oftest ind hos en lokal grossist, som kan være et datterselskab af en international grossistvirksomhed. Grossisten indkøber selv sine produkter hos de forskellige producenter af elmateriel (som f.eks. Schneider og Legrand).
- (64) Når installationen omfatter eltavler, skal de tilpasses specielt til kundens behov. Denne tilpasning afhænger af typen, antallet og specifikationerne for de forskellige komponenter (afbrydermateriel, sikringer, fejlstrømsafbrydere), der indgår i tavlerne. Som nævnt foretages tilpasningen og monteringen af gruppetavler normalt direkte af installatøren, fordi dette materiel er forholdsvis enkelt. Til gengæld er arbejdet mere kompliceret, hvor det drejer sig om hovedtavler og fordelingstavler, og det skal derfor udføres af en specialist, dvs. en tavlemontør. I disse tilfælde er det derfor tavlemontørerne, der vælger og indkøber de forskellige komponenter enten hos grossister eller – det gælder de største af dem – direkte hos producenterne.
- (65) Endelig skal det også med, at producenterne i visse tilfælde sælger deres produkter direkte til de endelige kunder (det kan f.eks. være producenter af maskiner eller apparatur, hvortil der anvendes lavspændingsmateriel, bl.a. kontakter eller hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner). Desuden foretager visse endelige kunder selv monteringen af deres elmateriel og vælger det således også selv. De køber det som oftest i supermarkeder eller byggemarkeder. Dette salg er dog yderst begrænset og ændrer intet ved den generelle redegørelse i det foregående.

### A.4.2 Installatørernes og tavlemontørernes betydning

- (66) Som nævnt har den endelige kunde og projektlederne som oftest kun indflydelse på valget af "synligt" materiel (stikkontakter, afbrydere, ledningskanaler til vægopsætning m.m.), hvor de ifølge interne dokumenter fra Legrand<sup>17</sup> primært baserer sig på "æstetikken og funktionaliteten".
- (67) Komponenterne til hovedtavler og fordelingstavler vælges og indkøbes normalt direkte af tavlemontøren. Det øvrige elmateriel (komponenter til gruppetavler, kabelføringsveje m.m.) vælges af installatøren.
- (68) Heraf følger, at installatørerne (og i mindre grad tavlemontørerne) har meget stor indflydelse på valget af det elmateriel, der anvendes. Som Legrand oplyser<sup>18</sup>: "Efterspørgslen efter Legrands produkter afhænger primært af, i hvilket omfang elektrikere og bygherrer efterspørger Legrand-produkterne hos grossisterne".

---

<sup>17</sup> Dokument fra Legrand, "Synthèse PMT juillet 2000".

<sup>18</sup> Legrand, formular 20-F SEC.

- (69) At vinde disse faggrupperes gunst er således en afgørende faktor i konkurrencen mellem producenterne af elmateriel. Det underbygges yderligere af, at installatører og de mindre tavlemontører normalt er loyale over for det mærke, de er vant til at anvende.

#### A.4.3 Grossisternes betydning

- (70) Som nævnt køber installatører og små og mellemstore tavlemontører ind hos grossister forholdsvis tæt på det geografiske område, hvor de arbejder. Det er kun større industrikunder og store tavlemontører (som arbejder med hovedtavler), der har interesse i at købe deres produkter direkte hos producenterne.
- (71) Der er således en skarp sondring mellem større byggeri (eller byggeri, hvor der er behov for stor elektrisk kapacitet), hvor producenterne sælger deres produkter direkte til de endelige kunder og til de større tavlemontører og installatører, og andre former for installationer, hvor grossisterne udgør et nødvendigt mellemlid mellem producenter og installatører (eller tavlemontører). Som tidligere nævnt er grossisterne ikke involveret i salget af komponenter til hovedtavler, men tegner sig for mellem 80% og 90% af salget af de øvrige typer elmateriel, der er omhandlet her.
- (72) Det betyder, at adgangen til grossisterne er en særdeles vigtig succesfaktor for de virksomheder, der producerer andet elmateriel end komponenter til hovedtavler. Det er således vigtigt at understrege, at ikke alle producenter ifølge parterne nødvendigvis har adgang til de samme grossister. Medens de største producenter fortrinsvis samarbejder med de store internationale koncerner (f.eks. Rexel, Sonepar og Hagemayer i Frankrig), driver de mindre konkurrenter i højere grad virksomhed på regionalt plan og samarbejder i højere grad med de mindre grossister.

#### A.4.4 Kriterier for valget af materiel

- (73) Det følger af det foranstående, at de forskellige producenters konkurrencemæssige position bestemmes i høj grad af (i) deres evne til at sikre sig installatørernes og tavlemontørernes loyalitet og altså leve op til deres forventninger og (ii) deres adgang til grossisterne, i hvert fald i de medlemsstater, hvor grossisterne er tilstrækkeligt veletablerede.
- (74) Det fremgår af rapporter fra forskellige analysefirmaer<sup>19</sup>, som også bekræftes af forskellige dokumenter fra Legrand<sup>20</sup>, at de vigtigste kriterier for installatørernes valg af materiel er (i) kvalitet og sikkerhed, (ii) at materiellet er let at montere (hvilket sparer tid for installatøren og dermed reducerer hans omkostninger), (iii) at materiellet er i overensstemmelse med lokale referencer og standarder, og (iv) at de samme produkter fortsat kan leveres i længere tid (så man let kan udskifte defekte komponenter og undgår at skulle finde nye producenter til hver ny opgave).
- (75) Kommissionens undersøgelse bekræfter, at disse faktorer er vigtige. Den viser også, at kvaliteten af og sikkerheden ved produktet tilsyneladende er væsentlige krav, som en producent er nødsaget til at opfylde, hvis han skal gøre sig håb om at kunne sælge sine

---

<sup>19</sup> Rapport fra Crédit Suisse First Boston om Legrand (11. september 2000), rapport fra Williams de Broë om Schneider (4. januar 2000).

<sup>20</sup> Legrand, formular 20-F SEC .



produkter. Endelig fremgår det af Kommissionens undersøgelse, at vægtningen af de forskellige kriterier for valget af materiel kan variere mellem installatører og tavlemontører. Mulighed for omgående levering vil således være afgørende for installatørerne, som ikke selv ligger inde med større lagre, men spiller en mindre rolle for tavlemontørerne. Tavlemontørerne tillægger det tilsyneladende også mindre vægt end installatørerne, hvilket mærke materiellet er af.

- (76) Kommissionens undersøgelse bekræfter også, at prisen i de fleste EØS-lande tilsyneladende ikke er noget grundlæggende kriterium for installatørernes valg af materiel. Det skulle være begrundet i, (i) at elmateriellet kun udgør en forholdsvis beskedne del (normalt ca. 20%) af installatørernes omkostninger ved udførelsen af en entreprise, medens resten primært er arbejdskraftomkostninger, (ii) at installatørerne (i lighed med projektlederne og tavlemontørerne) generelt vil være tilbøjelige til at lægge størst vægt på sikkerheden ved og kvaliteten af installationen (dels af hensyn til erstatningsansvaret, dels for at undgå at skulle vende tilbage og foretage udbedringer og reparationer m.m.), og (iii) at en prisforskel ofte rigeligt kan opvejes af andre faktorer, navnlig den tid, det tager at montere materiellet (i betragtning af arbejdskraftomkostningernes andel af det samlede entreprisebeløb vil en tidsbesparelse på 10% i forbindelse med monteringen være mere fordelagtig for installatøren end en rabat på 10% på materiellets pris).
- (77) Disse kriterier for valg af materiel forklarer desuden i vidt omfang, hvorfor installatører og tavlemontører er tilbøjelige til at skifte mærke. Som en producent oplyser<sup>21</sup>, "er holdningen hos de forskellige aktører i omsætningskæden meget konservativ. Behovet for kvalitet og sikkerhed og ønsket om at undgå erstatningssager er helt klart med til at motivere fagfolk til at indkøbe deres materiel blandt de kendte mærker". Desuden er installatører og tavlemontører stærkt tilskyndet til at anvende produkter af samme mærke eller af et begrænset antal forskellige mærker, fordi det gør dem mere fortrolige med disse produkter og i sidste ende giver dem mulighed for at spare ganske megen tid ved installationsarbejdet og dermed også spare arbejdskraft.
- (78) Kriterierne for grossisternes valg af materiel må naturligvis følge kundernes, dvs. installatørernes og tavlemontørernes. Hertil kommer imidlertid en række faktorer, som er specielle for grossisterne. Parterne oplyser bl.a., at grossisterne tilstræber at begrænse antallet af leverandører og mærker inden for hver kategori af de produkter, de forhandler, af hensyn til omkostningerne, behovet for lagerplads, edb-krav, teknisk og forretningsmæssig uddannelse af medarbejderne m.m. Det vil normalt være til fordel for producenterne med de mest udbredte mærker på markedet og med et meget stort produktsortiment.

#### *A.5 Konklusion*

- (79) Sammenfattende kan det siges, at lavspændingsmateriel anvendes til tre forskellige typer formål: i industrianlæg, i kontorbygninger og i boligbyggeri. I forbindelse med industribyggeri og større kontor- og boligbyggeri, hvor der opereres med stor elektrisk kapacitet, som kræver installering af hovedtavler, vælges udstyret normalt af en projektleder eller en større tavlemontør, som får det leveret direkte af producenterne. Til de øvrige former for byggeri vælges og indkøbes hovedparten af materiellet direkte af en installatør eller tavlemontør (via en lokal grossist), medens den endelige kunde

---

<sup>21</sup> Hager, svar på spørgeskemaet i første fase.

normalt kun har indflydelse på de "synlige" produkter, som vælges ud fra æstetiske hensyn og eventuelt funktionalitet.

- (80) Hvis man ser bort fra hovedtavlerne, er det vigtigste for producenterne således dels at opnå en tilstrækkelig stærk placering hos grossisterne, dels at overbevise installatørerne og tavlemontørerne om, at de skal vælge netop deres produkter, navnlig fordi der er tale om kendte og solide mærker, fordi de har et meget bredt produktsortiment, og fordi de kan tilbyde omgående levering.
- (81) Installatørerne er meget opmærksomme på, at produkterne er tilstrækkeligt sikre og pålidelige, at de kan leveres hurtigt, og at de er lette at montere. Derfor er de normalt også utilbøjelige til at skifte mærke. Grossisterne følger kundernes ønsker (dvs. installatørernes og tavlemontørernes) og foretrækker desuden de leverandører, der har det bredest mulige produktsortiment.
- (82) Konkurrencen mellem producenterne er således primært relateret til mærkerne, hvormed de forsøger at skille sig ud fra deres konkurrenter og sikre sig installatørernes og tavlemontørernes loyalitet. Producenterne arbejder ligeledes på at kunne tilbyde det bredest mulige produktsortiment, hvilket er helt nødvendigt, hvor det drejer sig om eltavler, og en stor fordel i relation til de øvrige former for komponenter.
- (83) Disse karakteristika, som er fælles for alle de produktmarkeder, der berøres af fusionen, gør det ganske svært at komme ind på markedet (adgang til grossister, etablering af et mærke og et meget bredt sortiment), og spredningen sker som oftest via ekstern vækst (virksomhedsovertagelser). Markederne tenderer generelt mod at blive stadig mere koncentrerede.

## **B. Afgrænsning af de relevante markeder**

### *B.1 Eltavler*

- (84) I det følgende analyseres den anmeldte fusions virkninger på markedet for eltavler, dvs. lavspændingshovedtavler, -fordelingstavler og -gruppetavler. Schneider og Legrand opererer begge på markederne for fordelingstavler og gruppetavler, og Schneider opererer desuden på markedet for hovedtavler.

#### B.1.1 Elinstallationernes opbygning

- (85) Elforsyningen i en bygning (boligbyggeri, kontorbyggeri, fabrik o.lign.) styres af installationer på forskellige successive niveauer, som gør det muligt at føre elektriciteten fra tilslutningspunktet til det eksterne elnet og ud til det forskellige elektriske udstyr, der anvendes i bygningen.
- (86) Et lavspændingselforsyningssystem er således opbygget omkring forskellige niveauer af eltavler, der forgrener sig i vifteform fra hovedtavlen (eller i de mindste installationer en fordelingstavle) helt ud til gruppetavlerne. Efter gruppetavlerne ligger det såkaldte monteringsmateriel, dvs. almindelige stikkontakter og afbrydere, som er forbundet med tavlerne via kabler og forgreningsmateriel.
- (87) Fordelingen af den elektriske energi og beskyttelsen af den elektriske installation og/eller af personer foregår i eltavlerne, som altså udgør nettets knudepunkter. To tavler, der hører til to på hinanden følgende niveauer i installationen, er indbyrdes

forbundet med elkabler. Efterhånden som man fjerner sig fra tilslutningspunktet til det eksterne elnet, mindskes strømstyrken i disse kabler og i eltavlerne. Hovedtavlen er således det installationspunkt med de højeste strømstyrker. Den strøm, der går igennem fordelingstavlerne og derefter gruppetavlerne og til sidst når ud til almindelige stikkontakter og afbrydere, bliver stadig svagere. Skemaet *Tabellen* i bilag 1 viser en typisk opbygning af en lavspændingselinstallation og placeringen af de forskellige former for materiel, der er beskrevet ovenfor.

### B.1.2 Valget af komponenter

- (88) For at sikre eltavlernes beskyttelsesfunktioner, er de opbygget af forskellige komponenter, der er integreret i et skab (med en stål- eller plastikafdækning). Disse komponenter omfatter afbrydermateriel, sikringer (til at beskytte installationerne), fejlstrømsafbrydere (til at beskytte personer) og forskellige andre komponenter.
- (89) Karakteren og antallet af og dimensionerne på disse komponenter afhænger primært af det pågældende forsyningsniveau og hvilken type udstyr, der er installeret på de efterfølgende niveauer. Hovedtavlerne indeholder således først og fremmest stærkstrømsafbrydere og andet kraftigt afbrydermateriel. Fordelingstavlerne indeholder hovedsagelig kraftigt afbrydermateriel og miniafbrydere. Endelig indeholder gruppetavlerne miniafbrydere og fejlstrømsafbrydere.
- (90) I praksis skal hver enkelt eltavle udformes specielt og afpasses efter de særlige behov i forbindelse med den installation, tavlen skal sikre (og som igen er dikteret af bygningens indretning og anvendelsesformål). Dimensioneringen afhænger af udformningen af den elektriske installation i de efterfølgende led (effekt, antal strømkredse, m.m.). Derfor skal hver enkelt tavle udformes specielt, og kombinationen af de komponenter, der indgår i tavlen, kan variere ganske betydeligt fra entrepris til entrepris. Det fremgår således af oplysninger fra Schneider<sup>22</sup>, at en komponent i en bestemt gruppetavle (selv en af de mest solgte) normalt kun kan anvendes i mindre end hver femte tavle.
- (91) Lavspændingshovedtavlerne ligger efter tilslutningspunktet til det elektriske mellemspændingsnet, normalt lige efter en transformerstation. Hovedtavlerne bruges primært til at kontrollere elforsyningen i større kontorbyggeri (over 5 000 m<sup>2</sup>). Fordelingstavlerne er beregnet til at kontrollere elforsyningen på en hel etage i et kontorbyggeri og ligger således efter hovedtavlen i elforsyningssystemet. Gruppetavlerne er det sidste beskyttelses- og styringsniveau i et elforsyningssystem. Denne type tavle findes normalt i almindelige boliger eller en mindre samling af kontorer. I modsætning til tavlerne med stor ydeevne (hovedtavlerne og fordelingstavlerne) er gruppetavlerne normalt installeret i lokaler, som er tilgængelige for ikke-fagfolk, og skal derfor opfylde strengere beskyttelseskrav end de øvrige former for eltavler.
- (92) Lavspændingshovedtavlerne består primært af (i) stærkstrømsafbrydere, dvs. til en nominel strømstyrke på mellem 630 og 6 300 ampere, (ii) afbrydermateriel til en nominel strømstyrke på mellem 400 og 1 600 ampere, (iii) sikringer (400 til 1 600 ampere), (iv) skabe og skabelementer og (v) kabler.

---

<sup>22</sup> Schneider, svar på spørgsmål 109.

- (93) Lavspændingsfordelingstavlerne består primært af (i) afbrydermateriel, dvs. til en nominel strømstyrke på mellem 100 og 250 ampere, (ii) miniafbrydere til en nominel strømstyrke på op til 125 ampere, (iii) sikringer, (iv) skabe og skabelementer, normalt af metal, og (v) kabler.
- (94) Endelig er der gruppetavlerne, som hovedsagelig består af (i) miniafbrydere, (ii) fejlstrømsafbrydere, (iii) sikringer og (iv) en afdækning (et såkaldt hus, normalt af plast) svarende til fordelingstavlernes skabe. Et af de særlige træk ved gruppetavlerne er, at de forskellige elementer kan tilsluttes tavlen blot ved at blive klikket fast på standardiserede DIN-skinner.
- (95) Prisen (eksklusive montering og arbejdskraft) på de forskellige former for tavler omfatter af følgende elementer:

**TABEL 3**

Betegnelse	Hovedtavler	Fordelingstavler	Gruppetavler
Stærkstrømsafbrydere	17,5%		
Afbrydermateriel og sikringer	32,5%	18,4%	
Miniafbrydere og sikringer		40,5%	43%
Fejlstrømsafbrydere			29%
Skabe og skabselementer (eller huse)	24,4%	17,6%	21%
Kabler	18,6%	17,5%	
Andet	7%	6%	7%
IALT	100%	100%	100%

- (96) Tabellen viser, at ikke alle elementerne indgår med samme vægt i prisen på en tavle. Navnlig vil afbryderne (og i givet fald også fejlstrømsafbryderne) i mange tilfælde have den største betydning for valget af mærke, fordi det er disse komponenter, som er næsten helt afgørende for tavlens ydeevne og for hovedparten (mellem 50 og 70%) af den endelige pris.
- (97) I det følgende redegøres der for de enkelte aktive komponenters betydning og funktioner (afbrydere, fejlstrømsbeskyttelse m.m.) og for de parametre, der er afgørende for valget af typen af komponenter og disse komponenters ydeevne, når de skal indgå i en eltavle.

*To typer beskyttelse mod to forskellige typer risici*

- (98) Typen af anvendte produkter (afbrydere, sikringer, fejlstrømsafbrydere m.m.) vil først og fremmest afhænge af, hvilken form for beskyttelse tavlen skal give. I praksis sonderer man mellem to typer beskyttelse: dels beskyttelse af genstande, udstyr og selve den elektriske installation (navnlig mod antændelse og overophedning i tilfælde af overstrøm<sup>23</sup> eller kortslutning), dels beskyttelse af personer (mod elektrisk stød, som kan være dræbende, som følge af en lækstrøm, der opstår ved, at en bruger ved et uheld kommer i berøring med en spændingsførende leder).

*Beskyttelse af nettet: Afbrydere eller sikringer*

- (99) Beskyttelsen mod overstrøm og kortslutning sker enten via afbrydere eller sikringer. Disse to former for komponenter afbryder strømmen i tilfælde af overstrøm eller kortslutning og har således samme beskyttelsesfunktion. De fungerer imidlertid ikke på samme måde. Afbryderne er elektromekaniske anordninger, der afbryder strømmen

---

<sup>23</sup> Elektrisk materiel og elinstallationers kapacitet eller effekt afhænger af to parametre: strømstyrken (som er udtryk for den mængde elektriske ladninger, der løber i den pågældende leder), som måles i ampere (A), og spændingen (som bestemmer, med hvilken kraft de elektriske ladninger bevæger sig og altså skaber en elektrisk strøm), som måles i volt (V).

Overstrøm vil sige, at strømmen er stærkere, end hvad den pågældende strømkreds er dimensioneret til (hvis f.eks. den efterliggende installation kræver mere effekt end oprindeligt beregnet). Resultatet er en overophedning af strømlederne, som kan føre til brud på installationen eller endog forårsage brand.

En kortslutning vil sige, at der opstår lækstrøm i installationen. Denne lækstrøm kan f.eks. være forårsaget af, at en person ved et uheld er kommet i berøring med et spændingsførende kabel. I så tilfælde skaber personen en elektrisk forbindelse mellem kablet (som berøres) og jorden (som personen står på). Spændingen mellem kabel og jord vil dermed skabe en strøm (lækstrøm), som løber fra det spændingsførende kabel til jord gennem personen.

ved at udløse tiltemekanismen i en kontakt. Sikringerne afbryder strømmen ved brud på en leder som følge af overophedning, der skyldes en unormal stigning i den strømstyrke, der går igennem sikringen.

- (100) Teknologien i afbrydere og sikringer er således forskellig. Desuden gælder det, at når årsagen til overstrømmen eller kortslutningen er fjernet, skal en sikring udskiftes (fordi den er smeltet for at kunne afbryde strømmen), medens en afbryder blot skal slås til igen (dvs. at afbryderkontakten skubbes tilbage til normal stilling).

*Beskyttelse af personer: Fejlstrømsafbryder eller andet afbrydermateriel*

- (101) Risikoen for alvorligt elektrisk stød opstår enten, når en bruger kommer i direkte berøring med en spændingsførende leder (faseleder), eller ved indirekte berøring. Den indirekte berøring opstår, når brugeren berører en del af et elektrisk apparat, som selv ved et uheld er i kontakt med en spændingsførende leder.
- (102) I tilfælde af direkte kontakt mellem en person og en spændingsførende leder, er der fare for, at strømmen vil gå gennem den pågældendes legeme. Risikoens alvor afhænger både af styrken af den strøm, den pågældende vil få gennem sig, og hvor lang tid personen udsættes for denne strøm. Jo stærkere strømmen er, jo kortere tid kan kroppen tåle den.
- (103) For at beskytte brugeren mod risikoen for alvorlige elektriske stød benytter man anordninger, som kan registrere lækstrømmen (som svarer til den strøm, der vil gå gennem brugerens krop i tilfælde af direkte berøring med en spændingsførende leder), og som afbryder elforsyningen meget hurtigt (normalt på under 0,1 sekund). Sådanne anordninger kaldes fejlstrømsafbrydere. Princippet i disse afbrydere er, at de måler forskellen mellem den indgående og den udgående strømstyrke i en installation. Normalt vil der ikke være nogen forskel. Hvis en person ved et uheld kommer i berøring med en spændingsførende leder, vil der opstå en lækstrøm gennem personens krop. Det medfører, at der opstår en forskel mellem den indgående strøm og den udgående strøm fra installationen, og denne forskel registreres af fejlstrømsafbryderen, som automatisk afbryder elforsyningen for at beskytte personen.
- (104) I en lavspændingsinstallation er højfølsomme fejlstrømsafbrydere de vigtigste midler til at beskytte personer mod følgerne af direkte kontakt med en spændingsførende leder, uanset hvilket nulledersystem der anvendes. Fejlstrømsafbryderen er således et vigtigt sikkerhedsudstyr i relation til personer. Det er dog ikke obligatorisk på samme vilkår i alle EØS-landene.
- (105) Som nævnt kan der også opstå risiko for elektrisk stød ved indirekte kontakt. Det er det, der sker, når en spændingsførende tråd inden i et elektrisk apparat kommer i berøring med en udvendig del på apparatet, som brugeren normalt kan berøre uden fare. Når brugeren berører det elektriske apparat (f.eks. en ovn), kan vedkommende således komme i kontakt med den elektriske spænding, der indirekte ledes af apparatet.
- (106) I det andet tilfælde (indirekte kontakt) er brugeren primært beskyttet via "jordforbindelsen" mellem visse dele af den elektriske installation og/eller visse elektriske apparater, hvilket vil sige, at der er etableret elektrisk forbindelse mellem jord og det pågældende elektriske apparat.

- (107) Den måde, hvorpå denne jordforbindelse er etableret, kræver, at der enten anvendes fejlstrømsafbrydere (som ved direkte kontakt) eller andet afbrydermateriel. Valget afhænger af "systemjordingen", dvs. hvordan de udsatte dele<sup>24</sup> og nullederen<sup>25</sup> er forbundet til jord.

### Systemjordingens betydning

- (108) Der sondres mellem tre systemjordinger afhængigt af, hvordan udsatte dele og nullederen er forbundet til jord. Systemerne betegnes med to bogstaver, hvoraf det første angiver, hvordan nullederen er forbundet til jord, medens det andet angiver, hvordan udsatte dele er forbundet til jord: "TT" (udsatte dele og nulleleder direkte forbundet til jord), "TN" (udsatte dele forbundet til nulleleder, som igen er forbundet direkte til jord) og "IT" (nulleleder forbundet til jord gennem en impedans, medens udsatte dele er direkte forbundet til jord). Endelig skal man være opmærksom på, at der findes to varianter af TN-systemet: "TN-C" (hvor nulleleder og beskyttelsesleder er kombineret i en enkelt leder, og "TN-S" (hvor nullederen er adskilt fra beskyttelseslederen).
- (109) I tilfælde af lækstrøm (på grund af manglende isolation eller kontakt ved et uheld med en spændingsførende leder) har systemjordingen meget stor betydning, fordi den er afgørende for lækstrømmens styrke ("fejlstrøm") og dermed styrken af det elektriske stød, personen får. TT-systemet giver fejlstrømme på op til to cifrede ampere. TN-systemet kan give fejlstrømme på op til flere hundrede (endog tusinde) ampere, fordi en fejlstrøm i dette system omgående vil give kortslutning mellem en faseleder<sup>26</sup> og nullederen. I IT-systemet er fejlstrømmen svag (under 50 milliamperer) fordi den begrænses af impedansen mellem nulleleder og jord.
- (110) Det har stor betydning for udformningen af hele elinstallationen.
- (111) I TT-systemet giver en isolationsfejl eller utilsigtet kontakt mellem en faseleder og en udsat del i elinstallationen en lækstrøm gennem jordlederen og afbryder elforsyningen meget hurtigt. Det er den fejlstrømsafbryderfunktion, som er beskrevet i det foregående. TT-systemet kræver derfor en fejlstrømsafbryder til at beskytte personer mod risikoen for elektrisk stød ved indirekte kontakt. For at beskytte personer mod indirekte kontakt i et TT-system skal fejlstrømsafbryderens følsomhed normalt ligge mellem 30 milliamperer (højfølsom) og 300 eller 500 milliamperer (middelfølsom).
- (112) I TN-systemet giver en isolationsfejl eller utilsigtet kontakt mellem en faseleder og en udsat del i elinstallationen ikke en regulær "lækstrøm", men en kortslutning (mellem fase og nul). Der vil i så fald løbe en meget kraftig strøm gennem nullederen. I dette tilfælde er brugeren primært beskyttet mod risikoen for kraftigt elektrisk stød ved indirekte kontakt ved hjælp af afbrydermateriel (og ikke fejlstrømsafbrydere, medmindre der er tale om et TN-S-system) med meget lav udløsningstærskel (så afbrydelsen sker meget hurtigt). Man kan eventuelt også anvende sikringer i stedet for afbrydere.

---

<sup>24</sup> Dvs. de dele af elektrisk udstyr, som brugeren under normale forhold kan berøre uden fare.

<sup>25</sup> En leder, som normalt ikke er spændingsførende. Nullederen adskiller sig fra faselederne, som er spændingsførende. Ved enfaset strøm løber elektriciteten normalt mellem en fase og nul. Ved trefaset strøm løber elektriciteten mellem faser.

<sup>26</sup> Dvs. en spændingsførende leder.

- (113) Endelig vil lækstrømmen i et IT-system i tilfælde af isolationsfejl eller utilsigtet kontakt mellem en faseleder og udsatte dele som tidligere nævnt være svag og vil ikke kræve afbrydelse af strømforsyningen. IT-systemet sikrer således kontinuerlig elforsyning ved den første fejl. Det er den foretrukne systemjording i anlæg (på hospitaler, i lufthavne o.lign.), hvor en sådan kontinuerlig drift er vigtig. Til gengæld er det også vigtigt at kunne spore denne første fejl for at afhjælpe den. Hvis der opstår en fejl igen, vil installationen med IT-jording fungere ligesom en installation med TN-jording (eller TT, hvis de udsatte dele ikke er indbyrdes forbundet), og der vil i så fald opstå en ganske kraftig kortslutningsstrøm (eller lækstrøm).
- (114) I praksis kræver IT-systemet, at der anvendes to typer udstyr: dels en permanent isolationskontrolanordning, der registrerer den svage lækstrøm, som blev fremkaldt af den første fejl, der optræder, dels afbrydermateriel eller en fejlstrømsafbryder, der giver den fornødne beskyttelse mod den anden fejl.

#### Komponenternes ydeevne

- (115) Derefter skal man vælge tavlernes dimensionering, dvs. komponenternes ydeevne. Det kan således dreje sig om at fastlægge den mest hensigtsmæssige afbrydertechnologi (stærkstrømsafbryder, andet afbrydermateriel eller miniafbryder) og inden for denne teknologi vælge de mest velegnede specifikationer. Afbryderne adskiller sig indbyrdes primært ved (i) deres nominelle belastningsevne (dvs. den maksimale strømstyrke, de kan klare uden at udløses og afbryde den pågældende strømkreds), (ii) deres brydeevne (den maksimale strømstyrke, de kan tåle uden at blive beskadiget i tilfælde af kortslutning), (iii) antallet af poler (dvs. antallet af ledere, fra 1 til 4, der afbrydes samtidigt, hvis afbryderen aktiveres), og (iv) deres specifikke udløsningskurve (der viser udløsningstiden afhængigt af strømstyrken). Alle disse karakteristika hænger direkte sammen med systemjordingen, installationens effekt og det øvrige udstyr, der er placeret før og efter tavlen.
- (116) Det fremgår af oplysninger fra parterne, at dette valg normalt bestemmes af installationen. Det vil med andre ord sige, at det tilsyneladende er bygningens eller industrianlæggets konfiguration, der betinger installatørens valg af elinstallationsplan, og at denne plan igen er bestemmende for ydeevnen i de komponenter, der indgår i tavlerne.
- (117) Som Schneider f.eks. oplyser, kan "en stigning i prisen på en 16 ampere afbryder, der normalt ligger sidst i installationen [...]\*, og som der derfor er mange af i gruppetavlerne, have stor betydning for tavlens pris og dermed i særlige tilfælde gøre det berettiget at tage hele installationens opbygning op til fornyet vurdering. Det er dog [...]\* i højere grad installationens topografi og behovet for driftssikkerhed, der afgør brugerens og dermed installatørens endelige valg."
- (118) Parterne oplyser således, at der generelt findes en optimal elinstallationsplan for enhver bygning, lejlighed eller industrianlæg. Selv om man teoretisk kan forestille sig et større antal forskellige elektriske installationer i samme bolig (med en separat afbryder til hvert rum eller en afbryder, der dækker to rum osv.), vil installatøren primært lægge vægt på sikkerheden og pålideligheden ved systemet, hvilket vil få ham til at gøre brug af flere forskellige typer beskyttelse (f.eks. isolering af hver enkelt strømkreds i tilfælde af fejl, så elforsyningen kan opretholdes på alle de strømkredse, som ikke er omfattet af fejlen). I praksis udarbejdes planen ofte ved hjælp af specielt software (f.eks. ECODIAL-systemet), som Schneider tilbyder, og som er udformet til at vejlede kunden til en løsning, der giver en optimal driftskvalitet og dermed ikke



nødvendigvis den laveste pris på installationen. Parterne understreger desuden, at valget af mange forskellige sikringsanordninger også kan indebære en økonomisk fordel, fordi det gør det muligt at reducere diameteren (og dermed prisen) på elkablerne.

- (119) Denne overordnede plan er derefter direkte afgørende for specifikationerne for hver enkelt strømkreds og dermed de forskellige komponenters forventede ydeevne.
- (120) Disse parametre vil derefter være bestemmende for, hvilke komponenter der er mest velegnede, dvs. at de lever op til de stillede krav om ydeevne uden at være overdimensionerede (af hensyn til prisen). Selv om man rent teoretisk kan benytte komponenter med større ydeevne, indebærer valget ingen fordel for brugeren, men vil blot gøre installationen unødigt dyrere. Schneider oplyser, at man teoretisk også kan benytte de afbrydere med høj ydeevne, der er anvendt i segment 2, til segment 4 efter devisen, at kan man klare det svære, kan man også klare det nemme. Men prisen på dette materiel er prohibitiv.
- (121) Eltavlerne kan indeholde følgende former for materiel:

**TABEL 4**

Betegnelse	Hoved-tavler	Fordelings-tavler	Gruppe-tavler
Stærkstrømsafbrydere	630-6 300 A		
Afbrydermateriel	400-1 600 A	100-250 A	
Miniafbrydere		63-125 A	6-40 A
Sikkerhedsafbrydere			X
Fejlstrømsafbrydere			X
Sikringer	400-1 600 A	<250 A	6-40 A
Skabe og skabelementer (eller huse)	X	X	X

### B.1.3 Afgrænsning af produktmarkederne

- (122) Der er tale om overlappning af parternes aktiviteter på området for lavspændings-el-tavler og komponenter til disse tavler.

#### *Den af parterne foreslåede afgrænsning af produktmarkederne*

- (123) Parterne foreslår, at man sonder mellem tre produktmarkeder blandt de systemer, der skal beskytte personer og udstyr i lavspændingsinstallationer. Parterne foreslår, at disse produktmarkeder defineres ud fra elforsyningsniveauet. Parterne sonder således mellem et marked for lavspændingshovedtavler, et marked for lavspændingsfordelingstavler og et marked for lavspændingsgruppetavler.

#### *Markeder for komplette elforsyningsløsninger*

- (124) Schneider mener primært, at konkurrencen mellem producenterne ikke er relateret til komponenterne i tavlerne (som producenterne sælger til grossisterne, der sælger dem videre til tavlemontører og installatører), men til de "komplette elforsyningsløsninger" (dvs. selve tavlerne), der samles og monteres med disse komponenter. De forskellige producenters løsninger vil være indbyrdes substituerbare, fordi de vil opfylde samme

funktioner og være undergivet samme tekniske krav. Til gengæld vil de komponenter, de forskellige producenter kan tilbyde, ikke være indbyrdes substituerbare, dels fordi de rent teknisk ikke er altid er kompatible (det gælder hovedtavler og fordelings-tavler), dels fordi installatørerne som hovedregel er loyale over for et bestemt mærke og derfor køber alle komponenterne fra samme producent (det gælder gruppetavlerne). Producenterne har for at dække denne efterspørgsel udviklet en række løsninger, som betyder, at de vil kunne levere samtlige komponenter i den pågældende løsning. Denne løsning bliver således produktet på det pågældende marked.

#### *Tre særskilte markeder*

- (125) Schneider mener desuden, at hver enkelt type tavle (hovedtavle, fordelingstavle og gruppetavle) udgør et særskilt marked. For det første skulle hovedtavlerne adskille sig fra fordelings- og gruppetavlerne ved at have en helt anden teknisk ydeevne end disse (navnlig med hensyn til strømstyrke) og skulle i hvert fald delvis bestå af komponenter, som er helt specifikke for denne kategori af tavler (stærkstrøms-afbrydere, såkaldte "åbne brydere"). Omvendt skulle hovedtavlerne ikke indeholde miniafbrydere, som der til gengæld er mange af i fordelings- og gruppetavler.
- (126) For det andet skulle lavspændingsfordelingstavler adskille sig fra lavspændings-gruppetavler ved, at de sidstnævnte er kalibreret til lavere strømstyrker (under 125 ampere); desuden indeholder fordelingstavlerne specielle komponenter (navnlig fejlstrømsbeskyttelsessystemer), som ikke anvendes i gruppetavlerne.

#### Kommissionens analyse

- (127) I det følgende gøres der rede for, efter hvilke parametre konkurrencen foregår på markederne i tilknytning til eltavlerne. Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at eltavler generelt er sammensat af produkter af samme mærke. Samtidig skal man dog være opmærksom på, at producenterne af elmateriel sælger komponenter til grossisterne, og at producenterne således også konkurrerer på salget af komponenter. Konklusionen vil være, at de relevante markeder, der skal tages som udgangspunkt for analysen af den anmeldte fusions konkurrencemæssige virkninger, er markedet for komponenter til montering i eltavler.

#### *Tavlerne består som oftest af komponenter af samme mærke*

- (128) Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at eltavler som oftest kun indeholder komponenter af et enkelt mærke (navnlig når de er installeret). Det skyldes forskellige tekniske krav, primært for fordelingstavlernes vedkommende, og vaner og normer af forretningsmæssig karakter, som primært spiller ind for gruppetavlernes vedkommende.

#### Tekniske krav

- (129) Konkurrencen mellem producenterne vedrører både den enkelte komponent og ydeevnen af de tavler, der samles ved at kombinere denne komponent med andre komponenter. F.eks. er afbrydermateriel ikke særligt anvendeligt, hvis det ikke er kompatibelt med det øvrige sikringsmateriel (andre afbrydere, miniafbrydere, sikringer osv.), der indgår i en tavle.

- (130) Det fremgår dels af oplysninger fra parterne, dels af Kommissionens undersøgelse, at det for hovedtavlers og fordelingstavlers vedkommende ikke er økonomisk muligt at sikre kompatibilitet mellem visse komponenter af forskellige mærker. F.eks. oplyser parterne, at en kombination af komponenter af forskellige mærker i samme hovedtavle vil kræve, at tavlemontørerne foretager nye afprøvninger for at kontrollere, at den færdige tavle fungerer korrekt. Omkostningerne ved sådanne yderligere afprøvninger løber op i mellem 10 000 og 25 000 EUR afhængigt af, hvilke garantier der kræves, og det gør dem prohibitive for en enkelt tavle.
- (131) På samme måde vil de skabe og visse skabselementer (afdækningsplader m.m.), en producent fremstiller og sælger til fordelingstavler, være specifikt udformet med henblik på den pågældende producents egne komponenter. Producenterne har således udviklet hver deres monteringsystemer, som skal gøre det lettere at montere tavlen.
- (132) En fordelingstavle indeholder typisk en afbryder øverst på tavlen, som forsyner og beskytter en serie på flere afgange, som igen beskyttes og forsynes af en serie miniafbrydere. For at sikre, at en fejl på en afgang kun bevirker afbrydelse af den pågældende afgang, og ikke samtlige afgange fra tavlen, kræver det, at afgangene brydes af den specifikke sikringsanordning for den pågældende afgang og ikke af sikringsanordningen ved indgangen til tavlen. Det kaldes også "selektivitet".
- (133) Det gælder tilsyneladende – i hvert fald for fordelingstavlernes vedkommende – at denne selektivitet sikres via ekstremt fintmækkende systemer (kontakternes åbningshastighed, den mængde energi, afbryderen lader passere ved brud), som hænger sammen med, hvordan produkterne er udformet og fremstillet. Schneider mener således, at to afbrydere, der er identiske med hensyn til gældende standarder, ikke desto mindre kan have forskellig ydeevne med hensyn til selektivitet, således at det er umuligt for de forskellige producenter indbyrdes at garantere selektivitetens funktion mellem produkter af forskellige mærker.
- (134) Komponenternes kompatibilitet og selektivitet er afgørende for tavlemontøren og installatøren, fordi det er disse parametre, der giver dem mulighed for at garantere den færdige tavles ydeevne og dermed imødekomme kundens behov. Eftersom kompatibiliteten og selektiviteten kun kan garanteres inden for ét og samme mærke, vil tavlemontørerne naturligvis undgå at blande komponenter af forskellige mærker, men indkøbe alt det nødvendige elmateriel til en tavle fra én og samme producent. En tavlemontør<sup>27</sup> anfører, at det ikke kan lade sig gøre at blande produkter af forskellige mærker. [...]\*. Installationsreglerne kræver, at man holder sig til samme mærke.
- (135) Det følger heraf, at når det gælder hovedtavler og fordelingstavler, vil valget af en central komponents mærke, f.eks. afbrydermateriel til fordelingstavlerne, normalt gøre det nødvendigt at benytte samme mærke til alle de øvrige sikringskomponenter, der skal indgå i den pågældende tavle. Når en tavlemontør først har fastlagt, af hvilket mærke afbrydermateriellet på tavlen skal være, er han således i realiteten bundet af dette valg med hensyn til de øvrige komponenter (skab, miniafbrydere osv.) i tavlen, fordi han kun kan benytte mærker, der er garanteret kompatible med det valgte afbrydermateriel.
- (136) Det ser dog ud til, at ikke alle elementerne i tavlen nødvendigvis skal indkøbes hos samme producent, og at der for visse komponenters vedkommende er tale om en vis

---

<sup>27</sup> Spie Trindel, svar på spørgeskemaet i første fase.

blanding. Det synes specielt at være tilfældet for komponenter, der ikke har direkte sikringsfunktioner, f.eks. skabelementerne. Således varierer parternes salgsandele inden for samme geografiske område ganske betydeligt mellem de forskellige komponenter til fordelingstavler. Schneiders markedsandel i Frankrig for afbrydere til fordelingstavler skulle ifølge parterne ligge mellem [50-90]\*%, men ikke overstige [30-40]\*% for skabenes vedkommende. Parterne mener, at disse forskelle skyldes de mange forskellige løsningsmuligheder for samme type eltavle. Hvis det var tilfældet, skulle de nævnte tal betyde, at de fordelingstavler, Schneider sælger, i gennemsnit indeholder næsten to gange så mange afbrydere som de fordelingstavler, konkurrenterne sælger. Det forekommer lidet sandsynligt, navnlig i betragtning af den store spredning i Schneiders klientel i Frankrig. En mere sandsynlig forklaring kunne være, at det ganske vist er begrænset, hvor meget komponenterne blandes, når det gælder afbrydere (af hensyn til kompatibiliteten og selektiviteten), men det forekommer hyppigere for skabelementernes vedkommende, fordi de ikke er undergivet samme krav til selektivitet og kompatibilitet som afbryderne. Det samme gælder i fejlstrømsafbrydersystemerne, som ligeledes leveres af specialiserede firmaer. Det er f.eks. tilfældet med Legrands datterselskab, Baco, der sælger fejlstrømsafbrydersystemer af eget mærke. Endelig gælder det, at markedsandelene for de forskellige kategorier af komponenter til gruppetavler ifølge parterne varierer ganske betydeligt fra komponent til komponent.

#### Forretningsmæssige traditioner

- (137) Det er tilsyneladende teknisk muligt at blande produkter af forskellige mærker i samme gruppetavle, og det sker da også. Men som parterne gør opmærksom på, bliver gruppetavler primært monteret og valgt af installatører, som generelt er loyale over for et bestemt mærke og indkøber det komplette sæt hos samme producent dels for at lette monteringen af tavlen, dels af hensyn til produkternes udseende, materiellets funktionalitet og driftssikkerhed og tilliden til den tekniske kvalitet af et bestemt mærke<sup>28</sup>. Selv om der således ikke er tekniske hindringer for at blande komponenter til gruppetavler, vil installatørerne som oftest købe alle deres komponenter af ét og samme mærke.
- (138) Det viser også, at det er en væsentlig konkurrencemæssig fordel i denne sektor at have et komplet produktsortiment inden for samme mærke. En producent<sup>29</sup> mener således, at der i betragtning af udviklingen på markedet, som går i retning af levering af komplette installationer og integrerede systemer, bliver stadigt mindre plads til de små producenter og producenter af enkeltstående komponenter.
- (139) Kravet om et komplet produktsortiment er først og fremmest begrundet i, at installatører og tavlemontører primært vil gøre brug af de mærker, der giver dem garanti for sikkerheden og kompatibiliteten, uanset hvilken konfiguration der er valgt, og dermed uanset valget og samlingen af de forskellige komponenter i en tavle. Eftersom der kan indgå et meget stort antal forskellige komponenter i en hovedtavle eller fordelingstavle (Schneider opererer således med over 3 000 varenumre til fordelingstavler), skal de enkelte producenter kunne levere hele sortimentet af sikringsmateriel til montering i disse tavler.

---

<sup>28</sup> Formular CO, s. 54.

<sup>29</sup> Gewiss, svar på spørgeskemaet i første fase.

- (140) Betydningen af et stort sortiment og det forhold, at man kun i begrænset omfang kombinerer produkter af forskellige mærker, forstærkes yderligere af andre karakteristiske træk ved sektoren. GE anfører, at tavlemontørerne og installatørerne normalt tilstræber at købe alle deres produkter hos samme leverandør eller af samme mærke. Det begrænser deres indkøbsomkostninger og giver dem bedre adgang til kurser og faciliteter vedrørende vedligeholdelse og sikrer samtidig, at de forskellige komponenter er teknisk compatible. Visse tavlemontører og installatører har desuden oplyst, at der tilbydes rabatter eller uddannelseskurser i tilknytning til samlede indkøb eller opfyldelse af årlige mål for indkøb af produkter af samme mærke. Det ser således ud til – hvilket også fremgår af Kommissionens undersøgelse – at et bredt sortiment af produkter er en væsentlig fordel, når det gælder om at skaffe sig adgang til grossisterne.
- (141) Parternes store konkurrenter, som ABB, Siemens og Hager, har alle komplette sortimenter af komponenter. De mellemstore producenter, som ikke selv fremstiller alle komponenterne, må normalt udfylde hullerne ved at indkøbe den manglende type komponent hos andre producenter og derefter indarbejde den i deres eget sortiment. Det gælder f.eks. Moeller (som indkøber stærkstrømsafbrydere hos Schneider), Gewiss (som har udviklet sine fordelingstavler omkring afbrydermateriel leveret af ABB) og Schneider (som indkøber lastafbrydere hos ABB og sikringer hos Holec og Harvey Bubble).

*Producenterne konkurrerer også i relation til efterspørgslen efter komponenter*

- (142) Parternes argumentation for en afgrænsning af de relevante produktmarkeder baseret på den endelige kombination af komponenter i "komplette løsninger" holder dog ikke for en nærmere prøvelse. I det følgende redegøres der for, hvordan denne argumentation modsiges af de faktiske økonomiske forhold, og der konkurreres – som det også fremgår af dokumenter fra parterne selv – ligeledes i relation til komponenterne.

De faktiske økonomiske forhold viser, at markedet fungerer via salget af komponenter

- (143) I sin beslutning af 30. marts 2001 baseret på artikel 6, stk. 1, litra c), i fusionsforordningen ("artikel 6-beslutningen") anførte Kommissionen, at den ikke ville udelukke, at hver enkelt kategori af komponenter i eltavler udgør et relevant produktmarked. I så fald skulle produktmarkederne snarere afgrænses ud fra kategorierne af komponenter end ud fra "komplette løsninger". Kommissionen noterede sig bl.a. i artikel 6-beslutningen, at en lang række tredjeparter havde oplyst, at de elektriske komponenter normalt netop sælges som komponenter af producenterne, der leverer dem til grossisterne eller til tavlemontørerne uden at integrere dem i en komplet løsning (eftersom denne opgave er overladt til tavlemontørerne og installatørerne).
- (144) I beslutningen bemærkede Kommissionen desuden, at nogle af konkurrenterne tilsyneladende ikke selv er i stand til at fremstille alle de komponenter, der skal indgå i de "komplette løsninger" (eltavler), de kan tilbyde, og at parterne i deres kataloger tilsyneladende ikke opererer med en opdeling i hovedtavler, fordelingstavler og gruppetavler, som de så tilbyder kunderne, men at de tværtimod i disse kataloger præsenterer komponenterne efter sortiment eller kategori afhængigt af funktion og ydeevne.

- (145) Kommissionens detaljerede undersøgelse bekræftede, at grossisterne, installatørerne og tavlemontørerne køber komponenter, og at producenterne sælger komponenter. Der sælges stort set ikke færdigmonterede tavler. Tavlemontørernes og installatørernes opgave er netop at fremstille en eltavle, som svarer til de tekniske specifikationer for den installation, den er beregnet til. En tavles udformning og sammensætning, dvs. navnlig sammensætningen af afbrydere (stærkstrømsafbrydere, andet afbrydermateriel og miniafbrydere), sikringer og fejlstrømsafbrydere, samt valget af disse komponenter afhænger først og fremmest af de tekniske specifikationer for denne installation.
- (146) Der findes således ikke "standardtavler", eftersom hver enkelt tavle skal afspejle de normalt helt specielle specifikationer for den installation, hvori tavlen skal indgå. Legrand oplyser<sup>30</sup>, at der er meget stor forskel på de konfigurationer, man kender til, og at det gør det meget vanskeligt at definere en standardtavle. Tavlen udformes og samles derfor først hos tavlemontøren eller installatøren og/eller på tegnestuen, som er i kontakt med den endelige bruger.
- (147) Parterne anfægter ikke i deres svarskrivelse, at der stort set ikke findes standardtavler, men hævder, at der findes standardløsninger. Således understreger de dels, at en tavles sammensætning altid er baseret på, at det er de samme typer komponenter (afbrydere, fejlstrømsafbrydere, skabselementer m.m.), dels at kunderne har brug for standardløsninger, hvilket fremgår af, at der er udviklet software som en hjælp til at definere den efterspørgsel, producenterne skal imødekomme, dvs. efterspørgslen fra installatørerne.
- (148) Kommissionen vil ikke bestride dette. Den mener dog, at det under ingen omstændigheder kan tolkes som bevis på, at der findes standardtavler. Det faktum, at samtlige tavler af en bestemt type normalt indeholder samme type komponenter, viser, at alle disse tavler opfylder samme funktion, men ikke nødvendigvis, at de er identiske. Særtrækkene ved hver enkelt tavle (og dermed beviset for, at der stort set ikke findes standardtavler) bekræftes i øvrigt af, at der kan leveres software til brug for dimensioneringen af tavlerne; formålet med dette software er at vise, hvilken sammensætning der bedst imødekommer den enkelte kundes behov. Kommissionen vil derfor fastholde, at med undtagelse af visse standardgruppetavler, som kun vedrører nogle specifikke konfigurationer og kun udgør en meget begrænset del af salget, findes der ikke standardtavler, medens det, som parterne betegner som standardløsninger, snarere er udtryk for tendensen til at anvende komponenter af samme mærke på de enkelte tavler.
- (149) Det vil sige, at producenterne af elmateriel normalt hverken fremstiller eller sælger tavler, men blot (direkte eller indirekte via distributionsleddet) til andre virksomheder (tavlemontører og installatører) sælger de komponenter, som de pågældende har brug for til at samle elinstallationen hos deres egne kunder. Parternes og deres konkurrenters kataloger er desuden opdelt efter kategorier af komponenter og ikke efter typer af tavler. Disse kataloger præsenterer således komponenter med en detaljeret teknisk beskrivelse, uden at der nødvendigvis refereres til de tavler, hvori komponenterne kan indgå.
- (150) Parterne har desuden oplyst, at salget af lavspændingsmateriel til fordelings- og gruppetavler for mere end 80% vedkommende går via grossister. Schneider anfører<sup>31</sup>,

---

<sup>30</sup> Legrand, svar på spørgsmål 65.

<sup>31</sup> Parternes svar på spørgsmål 68 og 130 i spørgeskema af 6. april 2001.

at [hver grossist] hos parterne køber partier af komponenter eller nødvendige sæt af komponenter for at have et tilstrækkeligt lager til at kunne levere til de forskellige systemkonfigurationer, som deres egne kunder skal montere. Dette svar bekræfter, at ordrene fra grossisterne i forbindelse med fordelings- og gruppetavler vedrører komponenter og ikke "komplette løsninger".

- (151) Som svar på Kommissionens spørgsmål<sup>32</sup> fremsendte Schneider for hvert enkelt EØS-land kopi af de største ordrer på lavspændingsfordelings- og -gruppetavler med dertil hørende fakturaer. Det fremgår helt klart, at de ordrer, som Schneiders kunder har afgivet, stort set alle vedrører komponenter, der er anført med specifikke varenumre, og ikke "komplette løsninger". De få undtagelser drejer sig næsten alle om direkte salg til andre kunder end grossister og tavlemontører. Som nævnt er dette salg marginalt (under 50% for fordelingsstavlernes vedkommende og under 10% for gruppetavlernes).
- (152) Det fremgår tydeligt af det foranstående, at parternes salg inden for fordelings- og gruppetavler næsten udelukkende ligger på komponenter, og ikke på "komplette løsninger". Det samme gælder konkurrenterne.

#### Konkurrencebegrænsende faktorer på markedet for komponenter

- (153) En gennemgang af årsagerne til, at der anvendes samme mærke for alle komponenterne i tavlerne (tekniske krav og forretningsmæssige vaner og normer) viser, at en producent, som råder over hele sortimentet af komponenter (en nødvendig forudsætning for at kunne gøre sig gældende på markedet), og som har en særlig stærk position inden for en bestemt kategori af disse komponenter, vil kunne præge markedet for disse komponenter.
- (154) I forbindelse med gruppetavlerne er grunden til, at der anvendes komponenter af samme mærke, tilsyneladende udelukkende installatørernes mærkeloyalitet. Det fremgår dog af en undersøgelse af konkurrencevilkårene, at markedsandelene kan variere ganske meget fra komponent til komponent. F.eks. viser undersøgelsen, at visse producenters markedsandele kan variere med op til 100% mellem forskellige typer komponenter. Det tyder på, at markedsvilkårene ikke er ensartede for alle kategorier af komponenter.
- (155) For fordelingsstavlernes vedkommende anfører parterne tekniske krav (kompatibilitet og selektivitet) som argument for udelukkende at afgrænse markederne på grundlag af "komplette løsninger". Parterne gør også i deres svarskrivelse opmærksom på, at tavlemontørerne ved at vælge en tavle med komponenter udelukkende af samme mærke kan spare ganske megen tid (fra 25% til 50%) ved monteringen af tavlen.
- (156) Som nævnt forekommer det dog, at komponenter af forskellige mærker kombineres, i hvert fald for skabelementernes vedkommende. Det forhold, at man sjældent kombinerer forskellige mærker inden for afbrydermateriel, udelukker ikke, at der er tale om specifikke konkurrencevilkår i relation til afbrydere, som er de "nøglekomponenter", der er afgørende for valget af andre sikringskomponenter og de øvrige former for sikringsmateriel. Producenterne vil naturligt nok være tilbøjelige til at centrere hovedparten af deres F&U-indsats og markedsføring omkring disse

---

<sup>32</sup> Spørgsmål 70 og 112 i spørgeskema af 6. april 2001.

nøglekomponenter frem for andet materiel. Det bekræftes også af de oplysninger, parterne har givet i deres svarskrivelse. Det fremgår af disse oplysninger, at i Italien (perioden 1998-2000) kunne forskellen mellem den laveste pris (en særlig tilbudspris) og den højeste pris (listepriisen) være op til [20-30]\*% for afbrydermateriel, medens den ikke oversteg [10-20]\*% for miniafbrydere. Det tyder på, at der i højere grad opereres med kampagne- og tilbudspriser for disse "nøgleafbrydere" end for andre former for afbrydere.

- (157) Det forekommer så meget desto mere relevant at basere analysen af markederne på komponenterne, fordi det normalt er dette niveau, der ligger til grund for et bestemt mærkes værdi. Parterne baserer i øvrigt analysen af deres egen position på markedet for lavspændingseludstyr på deres salg af komponenter. Således er der i de "Plans Moyens Termes 2001-2005", som Legrand har udarbejdet for hovedparten af EØS-landene, gjort detaljeret rede for Legrands markedsandele i disse lande i relation til de enkelte kategorier af komponenter ("effektafbrydere", "afbrydere [til fordelings-tavler]", "fejlstrømsafbrydere", "kapslinger"). Derimod opereres der i disse dokumenter ikke med nogen analyse baseret på "komplette løsninger" (dvs. baseret på de forskellige typer eltavler).
- (158) Interne dokumenter fra parterne indeholder også analyser, der understreger komponenternes betydning i sig selv. Således oplyser Bticino<sup>33</sup>, som er en del af Legrand-koncernen, at [...]\*. Legrand<sup>34</sup> opererer ligeledes med specifikke og separate analyser for henholdsvis afbrydere til fordelingstavler og fejlstrømsafbrydere. Schneider fremhæver i sin treårsplan for [...]\* de positive virkninger af udviklingen af et nyt sortiment af [...]\* og den fremtidige brug af disse komponenter i forbindelse med salget af andre produkter. [...]\*, satser Schneider på sit sortiment af [...]\* til at styrke sin position over for industrikunderne, medens virksomheden omvendt tilskriver sit sortiment af [...]\*, at man ikke er tilstrækkeligt konkurrencedygtig i forhold til kunder inden for boligområdet.
- (159) Den måde, hvorpå en komponents (i dette tilfælde en [...]\*) strategiske betydning understreges, viser, hvor vigtige disse komponenter er for de forskellige producenters konkurrencestrategier. Komponenternes betydning fremgår også af det reklame-materiale, producenterne har udarbejdet til installatører og tavlemontører. I dette reklamemateriale fremhæves således ydeevnen af de forskellige komponenter og ikke af de "komplette løsninger", der kan samles på grundlag af komponenterne.
- (160) Endelig skal man være opmærksom på, at [...]\*.<sup>35</sup>
- (161) Parterne benægter i deres svarskrivelse, at de skulle have indflydelse på markedet for komponenter. De mener navnlig, at man ikke kan efterprøve en teori om monopolstilling i relation til en bestemt type komponent, eftersom alle producenterne kan tilbyde hele sortimentet. En påstand om monopolstilling i relation til en bestemt type komponent ville således være i fuldstændig modstrid med de faktiske forhold på markedet.

---

<sup>33</sup> Bticino, "Plans Moyens Termes [...]\*".

<sup>34</sup> Legrand, "Plans Moyens Termes".

<sup>35</sup> Schneider, "La convergence tarifaire européenne".



- (162) Kommissionen er ikke enig i dette synspunkt. Det er muligt, at påstanden om en teoretisk monopolstilling i relation til en bestemt type komponenter ikke er i overensstemmelse med de faktiske forhold på markedet, men det udelukker ikke, at der er tale om forskellige konkurrencevilkår (og dermed eventuel mulighed for at påvirke markedet) for de enkelte typer af komponenter. Årsagen til, at de forskellige producenteres konkurrenceevne, strukturen i efterspørgslen og dermed fastsættelsen af priserne rent faktisk er ens for alle komponenterne, er ikke, at alle producenterne er nødsaget til at tilbyde - og installatørerne nødsaget til at købe - samtlige de komponenter, der indgår i fremstillingen af en tavle. Eller med andre ord: at det faktum, at påstanden om en teoretisk monopolstilling rent teknisk ikke kan efterprøves i relation til komponenter (fordi alle producenterne sælger alle typer komponenter), viser blot, at der formentlig ikke er tale om en monopolstilling i relation til en enkelt komponent uafhængigt af alle andre komponenter. Det udelukker dog ikke, at en producent kan have markedsstyrke i relation til komponenter.
- (163) Det forhold (som ikke bestrides af parterne), at der findes "nøglekomponenter", viser, at visse komponenter er vigtigere end andre, og at konkurrencevilkårene for disse komponenter kan adskille sig fra de konkurrencevilkår, der gør sig gældende for de øvrige komponenter. Som nævnt forekommer det desuden, at visse komponenter af forskellige mærker kombineres, og det gælder navnlig skabelementer og huse.
- (164) Det bekræftes i øvrigt klart af oplysninger fra Schneider, hvoraf det fremgår, at der er tale om betydelige forskelle i avancen på de forskellige typer komponenter.

#### **TABEL OVER AVANCER**

Produkt	Hoved tavler		Fordelings tavler		Gruppe tavler	
	Brutto-avance	Netto-avance	Brutto-avance	Netto-avance	Brutto-avance	Netto-avance
Stærkstrømsafbrydere	[40-60]*%	[20-40]*%				
Afbrydermateriel	[40-60]*%	[10-30]*%	[50-70]*%	[20-40]*%		
Miniafbrydere og fejlstrømsafbrydere			[50-70]*%	[20-40]*%	[50-70]*%	[20-40]*%
Skabelementer og huse	[20-40]*%	[0-20]*%	[50-70]*%	[20-40]*%	[20-40]*%	[0-20]*%

Kilde: Schneider, svar på spørgeskema af 6. april 2001

#### **Konklusion**

- (165) Som det fremgår af Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked<sup>36</sup>, er "formålet med at afgrænse et marked [...] at fastslå, hvilke egentlige konkurrenter der er i stand til at begrænse de involverede virksomheders adfærd og forhindre dem i at handle uafhængigt af et effektivt konkurrencemæssigt pres." Formålet med afgrænsningen af det relevante marked er altså at finde frem til de områder, på hvilke en eventuel dominerende aktør vil kunne udnytte sin position til at påvirke markedet, og at fastlægge et begrebsmæssigt grundlag for en analyse af vilkårene for udbud og efterspørgsel på disse områder.
- (166) Det fremgår af den ovenstående analyse, at producenterne kan udnytte deres markedsstyrke på to niveauer: dels i relation til mærkerne (og dermed kombinationen af alle

<sup>36</sup> Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret (EFT C 372 af 9.12.1997).

komponenterne i en tavle), dels i relation til de forskellige kategorier af komponenter hver for sig.

- (167) Det forhold, at kunderne som regel foretrækker samme mærke, tvinger producenterne til at tilbyde et komplet sortiment af produkter og garantere ydeevnen (både i teknisk og økonomisk henseende) af de tavler, der bliver resultatet af kombinationen af disse produkter. Det gælder desuden, at når først der er valgt en bestemt komponent (f.eks. en afbryder), vil resten af komponenterne i samme tavle normalt blive valgt inden for samme mærke. Det gælder især de øvrige afbrydere, der skal indgå i fordelingstavler, af hensyn til de tidligere nævnte krav om kompatibilitet og selektivitet. Der er således tale om et første konkurrenceniveau svarende til samtlige komponenter (eller i hvert fald samtlige sikringskomponenter).
- (168) Det fremgår imidlertid også af det foregående, (i) at "mærkeeksklusiviteten" ikke er absolut, for så vidt angår både gruppetavlerne og fordelingstavlerne, (ii) at denne kombination af forskellige mærker synes at være mere udbredt i relation til skabs-elementer og huse end i relation til sikringselementerne, (iii) at valget af mærke i vidt omfang er dikteret af det mærke, der er valgt til visse "nøglekomponenter", og (iv) at de forskellige producenters konkurrencemæssige stilling kan variere ganske betydeligt fra komponent til komponent. Konkurrencevilkårene vil således ikke være de samme for alle typer af komponenter. Det bekræftes i øvrigt i vidt omfang af oplysninger fra parterne selv i deres svarskrivelse. Disse oplysninger viser, at der opereres med specifikke tilbudspriser på de enkelte typer komponenter (f.eks. et varenummer på en miniafbryder eller en type tavleskab), hvilket tyder stærkt på, at det konkurrencemæssige pres er forskelligt fra komponent til komponent. Det ser desuden ud til, at sådanne tilbudspriser i relation til fordelingstavler forekommer langt hyppigere for "nøglekomponenterne" (afbrydermateriel) og de komponenter, der kan kombineres (skabs-elementer), end for miniafbrydere.
- (169) Parterne anfægter i deres svarskrivelse denne analyse og mener tværtimod, at den konkurrencemæssige vurdering udelukkende bør vedrøre tavlerne, dvs. samtlige komponenter, der indgår i en given eltavle. Parterne baserer sig navnlig (i) på tekniske hensyn (kompatibilitet, selektivitet m.m.) og økonomiske hensyn (monteringstid), der begrænser mulighederne for at kombinere produkter af forskellige mærker, (ii) installatørernes og tavlemontørernes tilbøjelighed til at foretrække ét bestemt mærke og (iii) det forhold, at samtlige producenter tilbyder og er nødsaget til at tilbyde alle de komponenter, der skal bruges til at fremstille en tavle. Parterne henviser desuden til resultaterne af en undersøgelse, de har bestilt hos konsulentfirmaet NERA, og hvoraf det ifølge parterne fremgår, at der er udpræget korrelation mellem de solgte mængder af hver enkelt type komponent. Parterne finder, at denne korrelation mellem solgte mængder er bevis på, at der findes et samlet marked for komponenter.
- (170) Som nævnt vil Kommissionen ikke anfægte, at der i første omgang kan være tale om konkurrence i relation til samtlige de komponenter, der indgår i en given eltavle, eller at en sådan konkurrence kræver, at producenterne tilbyder et komplet sortiment af produkter og giver garanti for ydeevnen både i teknisk og økonomisk henseende af de tavler, der fremstilles ved at kombinere disse produkter. Det er dog Kommissionens opfattelse, at det ikke udelukkende er på dette niveau, der konkurreres, men at der også konkurreres i relation til de enkelte typer komponenter.
- (171) Kommissionen mener desuden, at oplysningerne fra NERA-undersøgelsen snarere bekræfter end afkræfter, at det er relevant at analysere markedet for de enkelte komponenter. For det første ser det ud til, at producenterne gennemfører mange

salgskampagner for udvalgte typer komponenter og ikke for alle de komponenter, der skal bruges til fremstillingen af en tavle. I juni og juli 2000 skulle Schneider således have tilbudt rabatter på [0-20]\*% på visse [...] og på [20-40]\*% på visse [...]\*. Legrand skulle ligeledes have opereret med specifikke tilbudspriser på visse typer [...] til gruppetavler og på andre tidspunkter tilbudspriser på visse [...]\*. Omfanget af disse salgskampagner og det faktum, at de tager sigte på ganske bestemte komponenter, viser, at der er tale om specifik konkurrence i relation til den enkelte type komponent.

- (172) For det andet tyder oplysninger fra parterne også på, at disse kampagnetilbud har en betydelig indvirkning på salget af det materiel, tilbuddene omfatter, men at de kun har begrænset indvirkning på salget af de øvrige komponenter, der skal kombineres med de førstnævnte komponenter for at danne "komplette løsninger". Som eksempel kan nævnes, at da Bticino i januar (i Italien) tilbød en rabat på [0-20]\*% på visse [...]\*, steg salget af [...] med [0-20]\*% i forhold til december 1999, medens salget af [...] kun steg med [0-20]\*% i forhold til måneden før. Denne forskel er endnu mere markant, hvis man tager højde for sæsonbetingede udsving i salget, eftersom salget af [...] skulle være faldet med [0-10]\*% i forhold til måneden før (hvorimod salget af [...] steg med [20-30]\*%). Det tyder på, at de særlige tilbudspriser på komponenterne ikke har samme effekt på salget af alle de komponenter, der skal bruges til at fremstille en tavle, hvilket yderligere bekræfter, at der er tale om konkurrence i relation til de enkelte typer komponenter.
- (173) For det tredje fremgår det af NERA-undersøgelsen, at der ikke er nogen signifikant korrelation mellem prisudsvingene på forskellige komponenter. Eftersom prisudsvingene afspejler udviklingen i udbud og efterspørgsel, understreger denne manglende korrelation, at udviklingen er forskellig for de enkelte typer komponenter, og den bekræfter, at priserne på de enkelte typer komponenter i vidt omfang fastsættes ud fra de specifikke forhold, der gør sig gældende for hver enkelt type (i stedet for som resultat af de konkurrencemæssige ændringer i relation til de tavler, hvori de indgår).
- (174) Endelig mener Kommissionen, at korrelationen mellem de solgte mængder af komponenter, som NERA-konsulenterne har konstateret, ikke udelukker, at der er tale om specifik konkurrence i relation til komponenter. I korrelationsberegningen er der slet ikke taget hensyn til sæsonbetingede udsving. De kan være meget udtalte, navnlig i august måned, hvor salget i mængde kan falde med over 70% i forhold til juli. Ved ikke at isolere dette fænomen overvurderer tallene i NERA-undersøgelsen således den reelle korrelation mellem de solgte mængder ganske betydeligt. For at måle den faktiske korrelation har Kommissionen foretaget sine egne beregninger på grundlag af de oplysninger, parterne har afgivet. Disse beregninger viser, at når der tages højde for sæsonbetingede udsving i salget, begrænses korrelationen ganske meget og kommer ned på værdier (på 0,7), som ikke giver mulighed for at drage konkrete konklusioner.
- (175) Under alle omstændigheder synes det klart, at der er en vis sammenhæng mellem salget af de forskellige typer komponenter, eftersom det endelige salg vedrører de monterede tavler, og eftersom disse tavler fremstilles ved en kombination af de pågældende komponenter. Kommissionen mener dog, at en sådan sammenhæng ikke berettiger til at konkludere, at alle komponenterne tilhører samme produktmarked. Overfører man NERA-undersøgelsens ræsonnement på et andet område, kunne man så hævde, at eftersom der (formentlig) findes en sammenhæng mellem de solgte mængder af dæk og motorer til biler (eftersom salget af disse to former for udstyr hænger sammen med salget af biler), tilhører dæk og motorer samme produktmarked. En sådan konklusion forekommer ret absurd, dels fordi der ikke er nogen mulighed for

substitution mellem de to produkter (hverken på efterspørgselssiden eller udbudssiden), dels på grund af de fundamentale forskelle i strukturen i konkurrencen inden for disse to sektorer (tilstedeværelsen af integrerede produktionsvirksomheder, koncentrationsniveau m.m.). Det er i øvrigt årsagen til, at økonometriske undersøgelser vedrørende afgrænsning af produktmarkeder normalt baseres på priskorrelationer frem for mængdekorrelationer<sup>37</sup>. Kommissionen mener derfor, at denne sammenhæng ikke udelukker, at der er tale om specifikke konkurrencevilkår for de enkelte typer elmateriel, navnlig i betragtning af de ovenfor beskrevne faktiske forhold og overvejelser. Det faktum, at salget af visse komponenter – på trods af en ubestridelig sammenhæng mellem komponenterne – stiger, medens salget af andre komponenter falder, bekræfter blot yderligere denne analyse.

- (176) Selv hvis man accepterer, at de forskellige mærker og sortimenter af komponenter har stor betydning i en konkurrencemæssig sammenhæng, beror et varemærkes styrke hovedsagelig på den konkurrenceevne, som dets forskellige bestanddele har. Eftersom en eventuel enerådende leverandør af en bestemt komponent vil kunne udnytte sin markedsstyrke på dette niveau, må den konkurrencemæssige analyse altså centreres omkring de enkelte typer af komponenter.
- (177) Kommissionen konkluderer derfor, at analysen af de konkurrencemæssige virkninger af den anmeldte fusion bør gennemføres på to niveauer: dels i relation til samtlige de komponenter, der skal bruges til fremstillingen af en given eltavle (hvilket svarer til det niveau, parterne foreslår), dels i relation til de forskellige komponenter, der er beregnet til at indgå i henholdsvis fordelingstavler og gruppetavler.

#### De forskellige produktsegmenter

##### *Sondring efter funktion*

- (178) Kommissionen kan konstatere, at de forskellige kategorier af komponenter, der anvendes i en eltavle, ikke er indbyrdes substituerbare. Det er således indlysende, at et tavleskab (dvs. en kapsling, normalt af metal, der består af et stel, på hvilket der er monteret nogle omgivende plader og en låge) eller et hus under ingen omstændigheder er substituerbar med en sikringsanordning (såsom en afbryder eller en sikring).
- (179) Det er lige så indlysende, at der inden for sikringsanordningerne må sondres mellem afbrydere og sikringer på den ene side (hvis funktion er at beskytte elinstallationen mod overstrøm eller kortslutning) og fejlstrømsafbrydere på den anden side (som skal beskytte personer). Af samme grund er fejlstrømsafbrydere, som kombinerer fejlstrømsrelæets og afbryderens funktioner, tilsyneladende heller ikke substituerbare med andre typer sikringsanordninger.
- (180) Samme opdeling gør sig gældende på udbudssiden, eftersom de enkelte typer af komponenter ifølge parterne selv fremstilles på særskilte samleband (og som oftest også på særskilte fabrikker). Det betyder, at det ikke kan lade sig gøre at fremstille andre kategorier af materiel eller omlægge produktionen hurtigt på økonomisk acceptable vilkår.

---

<sup>37</sup> Jf. f.eks. Stiglers og Sherwins ledende artikel: "The extent of the market" i *Journal of Law and Economics*, nr. 28, s. 555-585, oktober 1985.

### *Sondring mellem afbrydere og sikringer*

- (181) Sikringerne opfylder en funktion, som kan sammenlignes med afbrydernes (beskyttelse mod kortslutninger og elektriske overbelastninger). Rent teknisk er der dog tale om forskellige komponenter. Medens afbryderne indeholder en elektromagnetisk anordning, fungerer sikringerne ved brud på en elektrisk leder, som opvarmes i tilfælde af overbelastning eller kortslutning. Det betyder, at en sikring skal udskiftes efter en kortslutning eller en overbelastning i modsætning til en afbryder, som blot slås til igen, så længe strømstyrken ikke er oppe på det niveau, hvor den slår fra. Desuden skal sikringen være forbundet med en koblingsafbryder, så der kan arbejdes i et ikke-spændingsførende område, når sikringen skal udskiftes. Selv om en sikring er billigere (i installation) end en afbryder, kræver den mere vedligeholdelse, navnlig med hensyn til udskiftning, hvilket betyder, at de samlede omkostninger tilsyneladende er højere. I betragtning af disse forskelle og det faktum, at afbrydere er enklere i brug, anvendes disse hyppigere end sikringer og vil formentlig på længere sigt helt erstatte sikringer.
- (182) På grund af de tekniske forskelle på sikringer og afbrydere og konsekvenserne heraf for vedligeholdelsen af eltavlerne samt de produktionsteknologiske forskelle mellem disse to kategorier af komponenter kan det diskuteres, om det overhovedet er nødvendigt at sondre mellem disse to typer produkter. Spørgsmålet behøver dog ikke afgøres, eftersom det ikke vil påvirke den konkurrencemæssige analyse af den anmeldte fusion.

### *Sondring mellem forskellige kategorier af afbrydere*

- (183) Inden for afbrydere må der også sondres mellem stærkstrømsafbrydere, andet afbrydermateriel og miniafbrydere. For det første varetager disse kategorier af afbrydere hver deres særlige funktion. Stærkstrømsafbrydere er de afbrydere, der er monteret øverst på lavspændingshovedtavlerne, medens det øvrige afbrydermateriel primært anvendes ved afgangene fra hovedtavlerne eller øverst på fordelingstavlerne, og miniafbrydere anvendes ved afgangene fra fordelingstavlerne og på gruppetavler.
- (184) Som det fremgår af tabel 4 ovenfor, er disse forskellige anvendelser begrundet i forskelle i afbryderkategoriernes ydeevne. Det fremgår også af oplysninger fra parterne, at der er tale om betydelige prisforskelle mellem kategorierne. Den interne salgpris i Schneider-koncernen ligger således mellem [1 000 og 5 000]\*EUR for stærkstrømsafbrydere<sup>38</sup>, mellem [1 000 og 5 000]\*EUR for andet afbrydermateriel<sup>39</sup> og mellem [0 og 50]\*EUR for miniafbrydere<sup>40</sup>.
- (185) Man skal desuden være opmærksom på, at dette materiel fremstilles på helt forskellige produktionslinjer, således at en producent, der fremstiller en bestemt type afbrydere, ikke hurtigt kan omlægge sin produktion til andre produkter og markedsføre dem inden for kort tid.

---

<sup>38</sup> Bilag – svar på spørgsmål 25 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>39</sup> Bilag – svar på spørgsmål 25 og 64 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>40</sup> Bilag – svar på spørgsmål 64 i spørgeskema af 6. april 2001 og notat fra parterne af 13. marts 2001, "Définition du marché de produits sur les segments 1, 2 et 4".

### *Sondring mellem skabe og huse*

- (186) Det fremgår af oplysninger fra parterne, at der må sondres mellem skabselementer til hovedtavler, skabselementer til fordelingstavler og huse til gruppetavler. Skabe og huse er normalt udført i metal eller plast og skal beskytte de elektriske komponenter i eltavlerne. Ud over skabene eller husene, der sidder uden om eltavlen, er der forskellige "tavleelementer" (DIN-samleskinner, strømskinner i kobber m.m.), der anvendes til monteringen og fastgørelsen af de elektriske komponenter.
- (187) Ifølge oplysninger fra parterne er der således stor forskel på de tre forsyningsniveauer. Gruppetavlernes huse (af plastmateriale, udstyret med DIN-skinner og i vidt omfang standardiserede) adskiller sig fra de øvrige tavleskabe (af metal, med mulighed for at montere specielle elementer m.m.). Desuden adskiller de skabe, der anvendes til fordelingstavler, sig fra skabe til hovedtavler, eftersom de i modsætning til skabene til hovedtavler, som i mange tilfælde kan rumme specielle elementer, der monteres af tavlemontørerne, i højere grad skulle være standardiserede, så tavlemontørerne til denne type skabe blot skal montere færdige sæt (Prisma-elementer hos Schneider og Altis- eller MAS-elementer hos Legrand), der leveres af producenterne. Desuden skal skabe til hovedtavler normalt opfylde høje tekniske krav (modstandsdygtighed over for elektromekaniske påvirkninger og høje strømstyrker ved kortslutninger), som ikke gælder for skabe til fordelingstavler.
- (188) Disse forskelle gør sig også gældende i relation til udbuddet, eftersom standardiseringen af skabene til fordelingstavler og huse til gruppetavler i vidt omfang har betydet, at de fremstilles på specialanlæg med en høj produktionskapacitet, medens skabene til hovedtavler oftest fremstilles på multifunktionelle anlæg med begrænset produktion (så de kan tilpasses de enkelte kunders specifikke krav).

### *Hovedafbrydere*

- (189) Ud over de ovenfor beskrevne komponenter kan det oplyses, at der findes endnu en kategori af produkter, nemlig særlige hovedafbrydere, som kræves af Electricité de France (EDF) i Frankrig og af det portugisiske elforsyningsselskab.
- (190) Hovedafbryderne adskiller sig fra de øvrige komponenter ved (i) en fejlstrømsfunktion, som ud over at beskytte brugeren også skal sikre elselskabet mod energitveri, (ii) en målerfunktion (måling af forbruget) og (iii) en kalibreringsfunktion, som giver elselskabet mulighed for at tilpasse afbryderen til kundens behov.
- (191) To tredjedele af dette materiel sælges til eldistributøren og en tredjedel til installatører. Da det drejer sig om udstyr, der imødekommer et specifikt krav fra eldistributøren, findes der ikke i øjeblikket substituerbare produkter. Disse hovedafbrydere indgår heller ikke i eltavlerne. Dette materiel udgør derfor et særskilt relevant produktmarked.

### Konklusion

- (192) Det fremgår af ovenstående, at de relevante produktmarkeder kan afgrænses enten i relation til de enkelte komponenter eller i relation til kategorierne af tavler. Spørgsmålet behøver ikke afgøres, eftersom de konkurrencemæssige virkninger er de samme, uanset hvilken afgrænsning der vælges. Markederne kan segmenteres således:

### **TABEL 5**

Tavleniveau	Komponentniveau
Hovedtavler	Skabe til hovedtavler
	Stærkstrømsafbrydere
	Afbrydermateriel og/eller sikringer til hovedtavler
Fordelingstavler	Afbrydermateriel og/eller sikringer til fordelingstavler
	Skabe til fordelingstavler
	Miniafbrydere og/eller sikringer til fordelingstavler
Gruppetavler	Miniafbrydere og/eller sikringer til gruppetavler
	Fejlstrømsafbrydere
	Huse
Hovedafbrydere	

#### B.1.4 Geografisk afgrænsning af markederne

##### Den af parterne foreslåede geografiske afgrænsning

- (193) Parterne mener, at markederne for eltavler dækker hele Europa<sup>41</sup>. Parterne fremfører navnlig, at transportomkostningerne er begrænsede (under [...] \*% af produkternes pris), at produktionen som hovedregel er centreret på et begrænset antal produktionsanlæg i Europa, og at standarderne for elmateriel skulle være harmoniseret i Europa.

##### Kommissionens analyse

- (194) Det fremgår af Kommissionens grundige undersøgelse, at der er tale om nationale markeder i relation til det materiel, der anvendes i fordelingstavler og gruppetavler. Denne konklusion er baseret på følgende fire forhold: for det første er der tale om markante forskelle mellem de produkter, der sælges i de forskellige medlemsstater, bl.a. på grund af den gældende lovgivning og specifikke forskrifter i medlemsstaterne samt nationale traditioner og normer. For det andet fastsættes priserne nationalt, og for visse varenumre er der tale om store prisforskelle (på 100%) mellem medlemsstaterne. For det tredje afhænger de forhold, der er bestemmende for konkurrencen både på udbudssiden (mærkernes markedsposition, adgang til grossister) og på efterspørgselsiden (strukturen i kundegrundlaget og forventninger hos kunderne) af faktorer, som hovedsagelig er af national karakter (bl.a. grossistvirksomhedernes koncentration, størrelse og geografiske dækning, installatørers og tavlemontørers opfattelse af mærker og sortimenter m.m.) og varierer meget fra land til land. Endelig består der betydelige hindringer mellem landene med hensyn til at komme ind på markedet og ekspandere.
- (195) Markedernes nationale dimension fremgår desuden tydeligt af selve parternes organisation. F.eks. udarbejdes der strategidokumenter specielt for hvert land. Det samme gælder parternes præsentationer over for investorer. Legrand anfører således<sup>42</sup>, at virksomheden skal konkurrere på forskellige niveauer, som afhænger af markedet

<sup>41</sup> Det skal understreges, at parterne bl.a. støtter deres argumentation på Kommissionens beslutning af 3. juni 1999 i sag IV/M.1434 - Schneider/Lexel, hvori der opereres med en sådan europæisk afgrænsning af de geografiske markeder. Man skal være opmærksom på, at der i den pågældende beslutning ikke er taget endelig stilling til de geografiske markeders nøjagtige omfang.

<sup>42</sup> Legrand, formular 20-F SEC.

og typen af de produkter, der sælges. Blandt virksomhedens største konkurrenter er Hager og Entelec i Frankrig, Gewiss og Vimar i Italien, MK Electric i Det Forenede Kongerige [...]\*. Visse multinationale selskaber såsom GE, ABB, Siemens, Schneider og Matsushita konkurrerer med Legrand på flere nationale markeder.

*De produkter, producenterne sælger, varierer fra land til land*

- (196) Der kan være markante forskelle mellem de produkter, der sælges i de forskellige medlemsstater. Det fremgår således af oplysninger fra Schneider, Legrand og forskellige andre producenter, at listen med de fem varenumre på de mest solgte miniafbrydere varierer ganske betydeligt fra land til land, og kun i ganske få tilfælde indgår det samme varenummer på listen i mere end tre lande. Når Schneider fremlægger listen over de fem varenumre på de mest solgte miniafbrydere til gruppetavler i 15 EØS-lande, omfatter listen i alt 40 varenumre. Af disse 40 varenumre sælges [...]\* i Frankrig, [...]\* i Italien, [...]\* i Spanien, [...]\* i Portugal osv. Desuden er der kun to varenumre, der sælges i [...]\* lande (og intet varenummer sælges i mere end [...]\* lande), og [...]\* af disse varenumre forekommer i under fem lande. Situationen er den samme for salget af miniafbrydere til fordelingstavler og salget af fejlstrømsafbrydere, og samme fænomen gør sig gældende hos Legrand. Schneiders lister er i mange tilfælde helt forskellige, som det f.eks. er tilfældet mellem Grækenland og Italien (miniafbrydere til fordelingstavler) eller Spanien og Belgien (fejlstrømsafbrydere). Til gengæld sælges det samme afbrydermateriel normalt i de fleste lande (til varierende priser, hvilket er omhandlet i det følgende).
- (197) Denne situation skyldes primært, at forskellige nationale regler og normer spiller ind, som foranlediger installatører og tavlemontører til at benytte forskelligt materiel fra land til land.
- (198) For det første skal man være opmærksom på, at der består nogle forskriftsmæssige hindringer mellem medlemsstaterne. Der findes således "installationsforskrifter", der varierer fra land til land. Disse regler vedrører navnlig sikkerhedsaspekterne (jordforbindelse, nullelederudkobling, fejlstrømsbeskyttelse i bestemte risikobetonede lokaler osv.). Disse forskrifter er obligatoriske, og hvis elinstallatørerne ikke overholder dem, risikerer de strafferetlige sanktioner. Overholdelsen af sådanne forskrifter resulterer i forskelle med hensyn til anvendelsen af komponenter i eltavlerne. F.eks. er de afbrydere, der sælges i Tyskland, énpolede (kun afbrydelse af faselederen), medens de skal være topolede i Frankrig og Italien (afbrydelse af faseleder plus nulleleder). Det fremgår ligeledes af et dokument fra IEC<sup>43</sup>, at det i nogle lande er forbudt at anvende fejlstrømsrelæer, som ikke bryder nullelederen, og i nogle medlemsstater er der restriktioner for eller forbud mod anvendelse af AC-fejlstrømsrelæer.
- (199) For det andet skal det også understreges, at ikke alle landene benytter samme systemjording. I betragtning af de funktionsmæssige forskelle mellem systemjordinger vil valget af system i mange tilfælde være bestemt af anvendelsesformålet (kontinuerlig drift, tilstedeværelsen af et vedligeholdelsesmandskab, risiko for brand) og kvaliteten af jordforbindelserne (og dermed jordens beskaffenhed) i det enkelte tilfælde. I boligbyggeri er der en tendens i de germanske lande til at foretrække TN-systemet, medens Nederlandene, Danmark og Spanien foretrækker TT-systemet, og Norge har valgt

---

<sup>43</sup> IEC 64/1167/CD, fremlagt af parterne som supplement til svar på spørgsmål 320 i spørgeskema af 6. april 2001.



IT-systemet. Systemjordingen kan i øvrigt være bestemt af eldistributøren. Det er bl.a. tilfældet i Frankrig, hvor Electricité de France kræver, at installationer i private boliger anvender TT-systemet.

- (200) Disse beslutninger indvirker på valget af komponenter i de forskellige lande. Som nævnt bestemmer valget af systemjording, hvilken type sikringsrelæ der skal anvendes til beskyttelse af personer. TT-systemet kræver således monteret fejlstrømsrelæer, medens der i TN-systemet i højere grad anvendes afbrydere, og IT-systemet i de fleste tilfælde vil kræve permanente isolationskontrolanordninger. Valget af systemjording har dog også konsekvenser for specifikationerne på de anvendte afbrydere, navnlig antallet af poler og udløserkurven: TT-systemet fungerer med to- og trepolet udstyr og C-kurver, medens TN-systemet i langt de fleste tilfælde monteres sammen med én- og trepolet udstyr og B-kurver, medens man i IT-systemet kun finder to- og trepolet udstyr.
- (201) Man skal også være opmærksom på, at der ikke er tale om fuldstændig harmonisering af de tekniske standarder for eltavler. Ud over "CE"-mærket, som er påbudt i henhold til de relevante EU-direktiver (navnlig lavspændingsdirektivet), er det for at kunne sælge et produkt i en given medlemsstat i mange tilfælde nødvendigt at opnå det nationale kvalitetsmærke for det pågældende materiel, udstedt af det nationale certificeringsorgan i det pågældende land.
- (202) Kommissionens undersøgelse viser, at selv om dette kvalitetsmærke ikke er lovpligtigt, er det som oftest et krav fra installatører og tavlemontører. Det bekræftes yderligere af, at næsten alle Schneiders fejlstrømsafbrydere er forsynet med flere kvalitetsmærker på trods af omkostningerne ([10 000-15 000]\*EUR for 60 varenumre) og den betydelige tid (tre måneder), hver enkelt national certificering tager. Det fremgår også af interne dokumenter fra parterne: i interne dokumenter fra Legrand<sup>44</sup> forklares det således, at CEBEC's kvalitetsmærke er et absolut krav fra installatørernes side i Belgien, på trods af at der er indført europæisk standardisering. I disse dokumenter henvises der også til, at de største hindringer for at komme ind på markedet i Tyskland er VDE-godkendelsen (certificeringsorganet) og de nationale standarder og kvalitetsmærket.
- (203) Ud over disse "objektive" kriterier er der desuden specielle traditioner og normer (med hensyn til installation, valg og opdeling af strømkredse), der gør sig gældende i de enkelte medlemsstater, og som i mange tilfælde spiller en vigtig rolle for valget af udstyr. F.eks. oplyser Schneider, at i visse lande som f.eks. Tyskland tilslutter man ofte afbryderne nedefra, mens man i andre lande (Frankrig, Italien og Spanien) tilslutter disse afbrydere oppefra. Denne forskel har resulteret i et sæt produkter (Triconnect), der er udformet specielt til de tyske installatører. På samme måde anføres det i interne dokumenter fra Legrand<sup>45</sup>, at hovedparten af markedet i Belgien består af [mini]afbrydere med en brydeevne på 3 kA", medens man i de fleste andre lande snarere vælger afbrydere med en brydeevne på 4,5 kA eller 6 kA. Endelig skal det nævnes, at nullederen i Frankrig systematisk er tilsluttet til venstre og ikke til højre som i de fleste andre EØS-lande. Schneider tilbyder i øvrigt produkter, som er specifikt tilpasset hertil, således at nulpolen er markeret til venstre på materialet.

---

<sup>44</sup> Legrand og Bticino, "Plans Moyen Terme".

<sup>45</sup> Bticino, "Plans Moyen Terme".

- (204) Det faktum, at der er så mange forskellige parametre, der er specielle for det enkelte land, forklarer, hvorfor de mest solgte varenumre varierer fra land til land. Det kan også medføre, at der udvikles produkter, som er specielt tilpasset bestemte lande. Det fremgår således af interne dokumenter fra Legrand<sup>46</sup>, at i Østrig [...]\*. Tilsvarende fremgår det af interne dokumenter fra Schneider<sup>47</sup>, at i Tyskland [...]\*
- (205) Konklusionen er, som en konkurrent<sup>48</sup> også anfører, at der er lokale traditioner og normer og nationale standarder, der spiller ind, og som er ganske omfattende og har en afgørende indvirkning på selve produkternes specifikationer. Det er ikke særligt sandsynligt, at den gradvise harmonisering af standarderne vil medføre hurtige ændringer i markedsvilkårene. Legrand<sup>49</sup> oplyser i øvrigt, at harmoniseringen af lavspændingsmateriel kan skabe åbninger for nye produkter, men at virksomhedens ledelse forventer, at det vil foregå ganske langsomt.
- (206) Parterne anfægter i deres svarskrivelse, at der skulle være forskelle mellem medlemsstaterne. De understreger navnlig, at selv om der er tale om meget små forskelle mellem specifikationerne på de produkter, der sælges i forskellige medlemsstater (navnlig på grund af forskellig mærkning), varierer listen over de mest solgte produkter ikke ret meget fra land til land, fordi elanlæggene i industrien er næsten ens, og et varenummer vil hyppigt gå igen i denne liste i hovedparten af landene. Således skulle de 40 varenumre på Schneiders miniafbrydere kun svare til [0-20]\* forskellige industrielle elanlæg, hvoraf [0-20]\* sælges i mere end ni medlemsstater; ligeledes skulle de 25 varenumre hos Legrand på fejlstrømsafbrydere i realiteten kun indgå i [0-20]\* forskellige industrielle elanlæg, hvoraf [0-20]\* sælges i mindst seks medlemsstater.
- (207) Mere generelt finder parterne, at de nationale installationsforskrifter og kvalitetsmærker ikke i sig selv indebærer væsentlige ændringer af produkterne, og de gør også opmærksom på, at samtlige systemjordinger som hovedregel findes i alle landene (men i meget forskelligt omfang).
- (208) Kommissionen erkender, at der ud fra et rent industrielt synspunkt kan være tale om relativt små forskelle mellem flere varenumre. F.eks. adskiller visse miniafbrydere sig kun fra andre varenumre ved angivelsen af nulpolen (til venstre i overensstemmelse med gældende brug på det franske marked) eller blot ved at være forsynet med andre kvalitetsmærker. Kommissionen vil også acceptere, at installationsforskrifterne og kvalitetsmærkerne ikke altid har afgørende konsekvenser for fremstillingen af det pågældende materiel. Både Schneiders og Legrands produktionsværktøjer anvendes således i hele Europa.
- (209) Kommissionen mener dog, at disse elementer ikke har væsentlig indvirkning på analysen. I realiteten vedrører parternes argumenter kun fremstillingen af materiellet, men fremstillingen er kun en del af udbudssiden. Som tidligere nævnt afhænger producenternes konkurrencemæssige stilling ikke kun af produktionen, men også af deres varemærkers position og renommé, muligheden for altid at kunne få leveret produkterne fra de største nationale grossister samt af producenternes investeringer i

---

<sup>46</sup> Legrand og Bticino, "Plans Moyen Terme".

<sup>47</sup> Schneider, "3-Year Plan (2001-2002-2003), Country/Zone: Germany".

<sup>48</sup> Gewiss, svar på spørgeskemaet i første fase.

<sup>49</sup> Legrand, formular 20-F SEC.

salg og markedsføring over for installatører og tavlemontører i de enkelte lande. Ved kun at se på selve produktionsprocessen overser parterne således nogle grundlæggende faktorer på udbudssiden.

- (210) Desuden – og det er langt vigtigere – overser parterne en række begrænsninger i tilknytning til efterspørgslen. De anfægter således ikke Kommissionens hovedargument, nemlig at tilstedeværelsen af forskellige jordingssystemer og nationale normer og installationsforskrifter og kvalitetsmærker resulterer i, at der er tale om en helt speciel efterspørgsel i hvert enkelt land. Parterne indrømmer i øvrigt selv i deres svarskrivelse, at de særlige nationale forhold betyder, at der vælges forskellige varenumre. At disse særlige forhold desuden skulle resultere i, at der anvendes specielle produkter (som Triconnect-linjen i Tyskland), at produkterne forsynes med et nationalt kvalitetsmærke, eller at der simpelthen er valgt særlige specifikationer for de enkelte lande (énpoledede og trepoledede miniafbrydere og fordelingsafbrydere i Sverige og Danmark og topolede og firepoledede i Frankrig og Italien), har ikke i sig selv større betydning. Det, der tæller her, er, at kunderne i hvert land udviser en speciel indkøbsadfærd, som i høj grad begrænser mulighederne for at flytte efterspørgslen afhængigt af de prisforskelle, producenterne opererer med.

*De faktorer, der bestemmer konkurrencen, er defineret nationalt*

- (211) Som nævnt vil de forskellige producenters konkurrencemæssige stilling i vidt omfang være bestemt af (i) deres evne til at sikre sig installatørernes og tavlemontørernes loyalitet over for deres eget mærke og dermed også af deres evne til at leve op til deres forventninger og (ii) deres adgang til grossisterne, i hvert fald i de lande, hvor grossisterne står tilstrækkeligt stærkt.

Mærkernes styrke og renommé varierer fra land til land

- (212) Undersøgelsen viser, at producenterne for at kunne opfylde installatørernes og tavlemontørernes krav og ønsker skal kunne tilbyde sikre produkter af god kvalitet, som er lette at montere, og som kan leveres hurtigt fra grossisterne. Disse faktorer afhænger som oftest af nationale holdninger.
- (213) Opfattelsen af produkterne varierer fra land til land. Som nævnt er der tale om betydelige forskelle i traditioner og normer mellem medlemsstaterne. Disse forskelle fører til, at der vælges forskelligt materiel. Disse valg er desuden udtryk for, at der lægges vægt på forskellige ting ved bedømmelsen af produkterne. F.eks. ser det ud til, at Legrands produkter normalt opfattes som produkter af god kvalitet, men forholdsvis dyre. Det fremgår af interne dokumenter<sup>50</sup>, at [...]\*. Installatørerne kan også lægge større eller mindre vægt på innovation. Således mener Legrand<sup>51</sup>, at denne faktor ligger til grund for firmaets konkurrencestilling i [...]\*, medens den ikke tillægges større betydning i [...]\*, hvilket afpejles i [...]\*. Ligeledes fremgår det af interne dokumenter<sup>52</sup>, at [...]\*.

---

<sup>50</sup> Legrand og Bticino, "Plans Moyen Terme".

<sup>51</sup> Legrand og Bticino, "Plans Moyen Terme".

<sup>52</sup> Schneider, "3-Year Plan (2001-2002-2003)".

- (214) At produkterne kan leveres hurtigt, spiller en væsentlig rolle for kundernes beslutning om at købe, men det afhænger også af særlige nationale forhold (dvs. adgangen til nationale grossister og producenteres nationale logistikkæde). Ifølge interne dokumenter<sup>53</sup>, [...]\*, medens det forhold, at produkterne kan leveres hurtigt til gengæld synes at være en væsentlig styrke i [...]\*. Schneider<sup>54</sup> mener således også, at logistikken er en afgørende faktor for succes i [...]\*. [...]\*
- (215) Som nævnt er installatørerne som hovedregel loyale over for det mærke, de er vant til at anvende (hvis produktet i øvrigt kan leveres omgående og imødekommer de aktuelle behov). For at sikre kundernes loyalitet foretager producenterne i øvrigt ganske betydelige investeringer i kundepleje og markedsføring med direkte sigte på installatørernes og tavlemontørernes behov. Parterne oplyser således, at de holder kontakt med kunderne for at hjælpe dem med at vælge produkterne, og at de oprettholder kontorer og salgsnet i de enkelte lande. Parterne kan desuden tilbyde en vifte af produkter og serviceydelser, der forstærker denne kontakt med installatørerne. Det drejer sig for produkternes vedkommende om software til beregning og dimensionering af elanlæg samt tekniske vejledninger, og for serviceydelse vedkommende er der tale om efteruddannelseskurser (for Legrand), online-hjælp via telefonen, svar på tekniske spørgsmål osv. Som nævnt kan disse investeringer repræsentere op til [0-30]\*% af omsætningen for de enkelte mærker.
- (216) Opfattelsen af et mærke afhænger således ikke blot af de pågældende produkters markedsposition, men også af omfanget og relevansen af salgs- og markedsføringsindsatsen i de enkelte lande. Salgsorganisationen er nationalt baseret, og markedsføringsindsatsen fastlægges specielt for hvert enkelt land, og dens omfang (og selv den andel af salget, den udgør) kan variere ganske betydeligt fra land til land. Omfanget af Schneiders markedsføringsindsats i relation til fordelingstavler varierer således med [0-20]\*% mellem medlemsstaterne, og dens andel af omsætningen kan variere med [0-40]\*%.
- (217) Producenteres konkurrencemæssige stilling vil således fortsat i vidt omfang være præget af den tidligere salgs- og markedsføringsindsats. Strukturen i og koncentrationen af udbuddet og de forskellige producenteres respektive markedspositioner kan således variere fra land til land. Det fremgår klart af, at der opereres med nationale mærker (som Vinckier<sup>55</sup> i Belgien eller Baco<sup>56</sup> i Frankrig), og at der er tale om store nationale udsving i producenteres markedsandele. Inden for fordelingstavler har Schneider således en særlig stærk position i Frankrig, men er fortsat svagt repræsenteret i Tyskland og Østrig; ABB, som står stærkt i Sverige og Norge, er stort set fraværende i Belgien og Det Forenede Kongerige, og Siemens, der har betydelige markedsandele i Tyskland, tegner sig kun for en marginal del af salget i Frankrig. Denne analyse bekræftes desuden i vidt omfang af interne dokumenter fra parterne.

---

<sup>53</sup> Legrand og Bticino, "Plans Moyen Terme".

<sup>54</sup> Schneider, "3-Year Plan (2001-2002-2003)".

<sup>55</sup> Ejes af GE.

<sup>56</sup> Ejes af Legrand.

## Strukturen i efterspørgslen og kundernes forventninger varierer fra land til land

- (218) Forskellene mellem landene med hensyn til opfattelsen af mærker og mærkernes markedsposition skyldes også, at der er tale om store nationale forskelle i relation til efterspørgslen. Det fremgår af interne dokumenter<sup>57</sup> fra parterne, at der består store forskelle mellem landene med hensyn til installatørers og tavlemontørers uddannelse og adfærd. De belgiske installatører synes således at være forholdsvis uvillige til at gøre brug af komponenter med høj værditilvækst, medens de tyske installatører er stærkt teknisk orienterede, og de italienske installatører er interesserede i tilbud om uddannelseskurser og rådgivning for at gøre sig fortrolige med den stadigt mere avancerede teknik inden for deres fag.
- (219) Som tidligere nævnt hidrører den endelige efterspørgsel fra tre forskellige kategorier af anvendelsesformål (industribyggeri, kontorbyggeri og boligbyggeri), og de forskellige producenters markedsposition kan variere fra den ene kundekategori til den anden. De tre nævnte sektorer udvikler sig imidlertid forskelligt i landene. Det fremgår af interne dokumenter<sup>58</sup> fra parterne, at der i Østrig skulle være tale om en kraftig vækst i efterspørgslen fra industrien, men stilstand i nybyggeriet, medens situationen er omvendt i Det Forenede Kongerige og Portugal, og efterspørgslen i Grækenland skulle være baseret på vækst i kontorbyggeriet.
- (220) Det viser sig desuden, at grossisternes adfærd og forventninger kan variere ganske meget fra land til land. Det fremgår således klart af undersøgelsen, at der navnlig er stor forskel på grossisternes koncentration, og at deres indkøb er organiseret på nationalt plan. Det illustreres i tabel 6 nedenfor, som viser koncentrationsniveauerne i de enkelte lande i henhold til parternes skøn over salget af hovedtavler, fordelings-tavler og gruppetavler.

**TABEL 6: SKØN UDARBEJDET AF SCHNEIDER OVER DE FEM INTERNATIONALE GROSSISTKONCERNERS MARKEDSANDELE PÅ MARKEDERNE FOR ELTAVLER**

	<b>Rexel</b>	<b>Sonepar</b>	<b>Hagemeyer</b>	<b>Solar</b>	<b>Edmundson</b>
Tyskland	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	-
Østrig	[30-40]*	-	-	-	-
Belgien	[10-20]*	[10-20]*	-	-	-
Danmark	-	[0-10]*	-	[0-10]*	-
Spanien	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-	-
Finland	-	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Frankrig	[40-50]*	[30-40]*	-	-	-
Irland	[0-10]*	-	[0-10]*	-	[0-10]*
Italien	[0-10]*	[0-10]*	-	-	-
Norge	-	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Nederlandene	[0-10]*	[30-40]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Portugal	[30-40]*	[0-10]*	-	-	-
Sverige	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	-
Det Forenede Kongerige	[0-10]*	-	[20-30]*	-	[10-20]*

*Kilde:* E-mail fra parterne af 16. juli 2001.

<sup>57</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

<sup>58</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

- (221) Det fremgår ligeledes af interne dokumenter fra parterne, at organiseringen af grossisterne kan have stor indflydelse på konkurrencen mellem producenterne. Det ser således ud til, at i de lande, hvor engrosledet er stærkest opdelt, dvs. Portugal og Spanien, resulterer konkurrencen mellem grossisterne i en prisrig, som føres tilbage til producenterne. Det oplyses i et internt dokument fra Legrand<sup>59</sup>, at [...]\*
- (222) Desuden har Kommissionens undersøgelse vist, at grossisterne er organiseret på nationalt plan eller endog regionalt eller lokalt. Selv de store internationale koncerner som Rexel, Sonepar og Hagemeyer har en stærkt decentral organisation, som giver de nationale og lokale afdelinger stor selvbestemmelse. Som oftest er koncernens centrale holdingselskab en let struktur, som udelukkende varetager markedsførings- og regnskabsfunktioner, udarbejder koncernregnskabet og står for det ledelsesmæssige tilsyn. Denne decentrale struktur er ledsaget af en logistisk organisation, som er nationalt baseret, og som ikke er beregnet til at skulle fungere på tværs af landegrænser. Butikkerne i et land forsynes således af de nationale logistiksystemer. Det forhold, at grossisterne først og fremmest er organiseret nationalt, afspejles også i karakteren af deres forbindelser med producenterne. Selv koncerner af internationale dimensioner organiserer deres indkøbskontrakter med producenterne på nationalt eller endog lokalt plan.
- (223) Kommissionens undersøgelse påviste i realiteten, at forhandlinger mellem producenter og grossister, bl.a. for så vidt angår leverandørvalget og afgrænsningen af de produktsortimenter, som skal indkøbes og sælges, samt fastsættelse af priser og rabatter næsten udelukkende finder sted på nationalt eller regionalt plan. En større grossist<sup>60</sup> anfører, at der, så vidt vides, ikke findes en prisliste for hele EØS, på grundlag af hvilken der forhandles prisafslag og rabatter. Alle vilkår drøftes tværtimod for de enkelte lande hver for sig. En producent<sup>61</sup> bekræfter ligeledes, at priserne og rabatterne for alle de produkter, det drejer sig om, fastsættes på et nationalt grundlag. Det er også den måde, hvorpå parternes prisfastsættelse fungerer.
- (224) Ifølge Schneider fastsættes produkternes salgspriser hos grossisterne i to omgange. I første omgang fastsætter producenterne en national pris. Derefter forhandler producenterne med hver enkelt grossist om en individuel rabatpolitik, som beregnes på grundlag af den nationale prisliste. Disse rabatter kan i visse tilfælde overstige [30-60]\*% af katalogprisen og vedrører de enkelte produktlinjer.
- (225) Det skal dog understreges, at der også opereres med samlede indkøbsrabatter, som visse internationale producenter forhandler med moderselskaberne for nogle af de internationale grossistkoncerner. Men både grossisterne og producenterne har over for Kommissionen oplyst, at en producent, der ønsker at komme ind på et nationalt marked eller skabe sig en marginal position på dette marked, ikke kan nøjes med at forhandle aftaler med moderselskabet for en international grossistkoncern for at sikre sig, at hans produkter rent faktisk distribueres bedre i det pågældende land. Han skal også – og det er i virkeligheden det vigtigste – overtale koncernens nationale og lokale afdelinger til at lagerføre hans produkter.

---

<sup>59</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

<sup>60</sup> Hagemeyer, svar på spørgeskema i anden fase.

<sup>61</sup> GE, supplement til svar på spørgeskemaet i anden fase.

(226) Bortset fra denne undtagelse giver grossistkoncernernes ledelse deres nationale eller lokale afdelinger meget stor valgfrihed med hensyn til leverandører, hvilke produkt-sortimenter de vil lagerføre, gennemførelsen af specifikke salgskampagner i samarbejde med bestemte producenter og endog med hensyn til forhandling med producenterne om supplerende rabatter. Omvendt indgår producenterne specifikke aftaler med lokale afdelinger og endog med individuelle grossistforretninger; i disse aftaler fastsættes de gensidige forpligtelser vedrørende salg og køb af produkter. I modsætning til, hvad parterne hævder, indvirker den stigende koncentration i engrosledet (som i øvrigt varierer ganske betydeligt fra land til land) ikke på det forhold, at markederne fungerer på nationalt niveau.

*Priserne fastsættes på nationalt plan og varierer meget mellem landene*

(227) Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at der er tale om betydelige prisforskelle mellem EØS-landene. En gennemgang af Schneiders priser i Europa viser f.eks., at samme afbryder sælges for [40-80]\* EUR i [...] og for [130-170]\* EUR i [...], og at et varenummer for fejlstrømssikring sælges for [10-50]\* EUR i [...] og for [40-80]\* EUR i [...]. En sådan undersøgelse viser også, at for Legrands vedkommende sælges det samme tavlehusmodul for [0-40]\* EUR i [...] og for [10-50]\* EUR i [...], medens den samme miniafbryder sælges for [0-40]\* EUR i [...] og for [0-40]\* EUR i [...]. Disse forskelle bekræftes også af interne dokumenter fra parterne<sup>62</sup>, hvoraf det således fremgår, at for så vidt angår miniafbrydere i Frankrig, er gennemsnitspriserne meget høje i forhold til andre lande.

(228) Tabel 7 og 8 nedenfor viser gennemsnitspriserne for henholdsvis afbrydermateriel til fordelingstavler og fejlstrømsafbrydere til gruppetaavler. Det fremgår af tabellerne, at der er tale om store prisforskelle. En sammenligning af priserne for de øvrige komponenter til fordelingstavler og gruppetaavler og de priser, andre producenter har oplyst, giver tilsvarende resultater.

**TABEL 7: SCHNEIDERS RELATIVE FAKTURERINGSPRISER (GRUNDLAG: 100 I FRANKRIG) FOR AFBRYDERMATERIEL TIL FORDELINGSTAVLER**

Afbrydermateriel	Tysk.	Østrig	Belg.	Dan.	Span.	Finl.	Fran.	Græk.	Irland	Italien	Nederlandene	Nor.	Port.	Sverige	UK
[...]*	***	**	**	**	**	**	100	**		**	**	**	**	**	**
[...]*	*****	***	***	***	**	**	100	**	**	****	**	***	***	***	****
[...]*	****	**	***	**	***	**	100	**	**	***	***	***	***	**	**
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	*****		**	**	*	**	**
[...]*	*****	***	***	***	***		100	**		**	***	**	***	**	***
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	**	***	***	**	**	**	***
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**		**	**	**	**	**
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**	****	***	**	****	**	**
[...]*	****	***	***	**	***		100	**		**	***		***		

Kilde: E-mail fra parterne af 24. juni 2001.

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

<sup>62</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

**TABEL 8: SCHNEIDERS RELATIVE FAKTURERINGSPRISER (GRUNDLAG: 100 I FRANKRIG)  
FOR FEJLSTRØMSAFBRYDERE TIL GRUPPETAVLER**

Fejlstrøms- afbrydere	Tysk.	Østrig	Belg.	Dan.	Span.	Finl.	Fran.	Græk.	Irland	Italien	Neder- landene	Nor.	Port.	Sverige	UK
[...]*	**						100			*			**		
[...]*	-	*		**		*	100	***	*		**	***	***	**	***
[...]*	-	**		**	**	*	100	**	***	**	***		**	**	
[...]*	-	**			***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-				***	***	100	**		**	***	***	**	**	
[...]*	-	*		*	***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-	**		**		**	100	**		**	***	***	**	***	
[...]*	-						100								
[...]*	-	***	***		***		100						***		****
[...]*	***	**	***		***		100						***		

Kilde: E-mail fra parterne af 24. juni 2001.

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (229) Det faktum, at der fortsat består sådanne prisforskelle for de enkelte komponenter, der er beregnet til at indgå i henholdsvis fordelingstavler og gruppetaavler, viser, hvor vanskeligt det må være for efterspørgselssiden at lægge indkøbene i andre lande. Den åbenbare vanskelighed ved at udnytte prisforskellene mellem landene kan bl.a. forklares ved, at den endelige efterspørgsel er meget lidt prisfølsom, hvilket viser sig ved den udprægede mærkeloyalitet. Det modbeviser samtidig parternes påstand om, at markederne bør afgrænses på grundlag af "komplette løsninger", eftersom prisforskellene mellem landene i relation til "komplette løsninger" tilsyneladende heller ikke udnyttes. Denne vanskelighed ved at udnytte prisforskelle bekræftes også af grossisterne, som forklarer, at deres nationale forsyningsstruktur gør det vanskeligt at udnytte prisforskelle og lægge indkøb i andre lande. Det forhold, at det er nødvendigt altid at være i stand til at levere til installatører og tavlemontører med meget kort varsel, begrænser desuden grossisterens muligheder for at foretage indkøb i andre lande, fordi det kan medføre leveringsvanskeligheder.
- (230) Parterne insisterer ikke desto mindre på, at der er en tendens i retning af mere ensartede priser i hele Europa. I et internt dokument<sup>63</sup> oplyser Schneider således, at euroens indførelse i 2002 [...]\* betød, at [Schneider] måtte harmonisere de europæiske priser og undgå store forskelle mellem landene, og at [de store kunder] ikke længere accepterer at blive behandlet forskelligt alt efter, i hvilket land de er etableret. [...]\*.
- (231) [...]\*.
- (232) Ovennævnte dokument, som af Schneider citeres som bevis på, at der er tale om EU-dækkende geografiske markeder, bekræfter blot de store prisforskelle, der kan konstateres i dag. I dokumentet anføres det også, at der på trods af euroens indførelse fortsat vil kunne bestå store prisforskelle mellem medlemsstaterne, i hvert fald frem til [2004-2005]\*. Endelig bekræfter dokumentet, at priserne fastsættes på nationalt plan,

<sup>63</sup> Schneider, "La convergence tarifaire européenne".



eftersom det i dette dokument er "landene", som "fastsætter deres priser i forhold til [referencepriserne]\*" og "tilpasser deres pris- og rabatstrukturer".

- (233) Efter parternes opfattelse er en prisanalyse baseret på de enkelte komponenter ikke relevant for kunden, eftersom markedet ifølge dem fastlægges på grundlag af den komplette løsnings teknologiske ydeevne. Parterne anfører ligeledes, at prisanalyser baseret på "komplette løsninger" viser, at der er en vis konvergens, i hvert fald hvis man udelukker de mindste nationale markeder, hvilket vil sige landene ved EU's ydre grænser og/eller de lande, som er optaget senest i EU.
- (234) Parternes argumenter modsiges af deres egne oplysninger om priserne på gennemsnitsløsninger, således som det fremgår af tabel 9 og 10 nedenfor. Disse tabeller viser således, at der er væsentlige prisforskelle mellem landene, som tilsyneladende ikke bliver mindre med årene. Det skal bemærkes, at de prisforskelle, der fremgår af tabellerne, er mindre end dem, der gør sig gældende for komponenternes vedkommende. Det skyldes utvivlsomt parternes regnskabsmæssige behandling af basisdataene, som er priserne på komponenterne.

**TABEL 9: SALGET (I LØBENDE RELATIVE PRISER I FRANSKE FRANC) AF EN "GENNEMSNITSLØSNING" FOR FORDELINGSTAVLER**

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Tyskland	**	**	**	**	**	**	**
Østrig	**	**	**	**	**	**	**
Belgien	**	***	***	***	***	***	***
Danmark	**	**	**	**	**	**	**
Spanien	**	**	**	**	**	**	**
Finland	**	**	**	**	**	**	**
Frankrig	**	**	***	***	**	**	**
Irland	**	**	**	**	**	**	**
Italien	**	**	**	**	**	**	**
Norge	**	**	**	**	**	**	**
Nederlandene	***	**	**	**	**	**	**
Portugal	**	**	**	***	***	***	**
Sverige	**	**	**	**	**	**	**
Det Forenede Kongerige	**	**	**	**	**	**	***

*Kilde:* Parternes svar på Kommissionens spørgeskema af 28. februar 2001.  
 [Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

**TABEL 10: SALGET (I LØBENDE RELATIVE PRISER I FRANSKE FRANC) AF EN "GENNEMSNITSLØSNING" FOR GRUPPETAVLER**

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Tyskland	***	***	**	**	**	**	**
Østrig	**	**	**	**	**	**	**
Belgien	**	**	**	**	**	**	**
Danmark	**	**	**	**	**	**	**
Spanien	**	**	**	**	**	**	**
Finland	**	**	**	**	**	**	**
Frankrig	***	***	***	***	***	**	**
Irland	**	**	**	**	**	**	**
Italien	**	**	**	**	**	**	**
Norge	**	**	**	**	**	**	**
Nederlandene	***	**	**	**	**	***	***
Portugal	**	**	**	**	**	**	**
Sverige	**	**	**	**	**	**	**
Det Forenede Kongerige	**	**	**	**	**	**	***

Kilde: Parternes svar på Kommissionens spørgeskema af 28. februar 2001.

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (235) Kommissionen kan således ikke tilslutte sig parternes analyse, som på grundlag af en undersøgelse af prisen på "komplette løsninger" skulle vise, at der er tale om et europæisk marked. For det første fremgår det af analysen, at parterne ikke benægter tilstedeværelsen af store prisforskelle og indrømmer, at hvis der overhovedet er tale om konvergens, vedrører den ikke samtlige EØS-lande. For det andet mener Kommissionen, at en eventuel priskonvergens (som ikke har kunnet konstateres i virkeligheden) alligevel ikke giver anledning til at konkludere, at der er tale om ét stort marked: en eventuel udjævning af prisforskellene mellem medlemsstaterne afhænger i højere grad af, hvor hurtigt konvergens foregår, end af den blotte konstatering af konvergens. Det fremgår imidlertid af de interne dokumenter fra Schneider, som er citeret ovenfor, at priskonvergens går meget langsomt for komponenternes vedkommende. Og endelig er Kommissionen især ikke enig med parterne i, at en analyse baseret på prisen på komponenter ikke er relevant. Priserne på "komplette løsninger" afhænger i vidt omfang af prisen på de komponenter, der indgår i disse løsninger. Det indebærer, at hvis der er prisforskelle mellem komponenterne, vil der også være prisforskelle mellem visse tavler.
- (236) Parterne benægter ikke i deres svarskrivelse, at der er tale om prisforskelle for komponenternes vedkommende. Til gengæld mener de, at de foreliggende data viser, at der er tale om en hurtig konvergens, som er yderligere fremskyndet af euroens indførelse og udviklingen af Internet-portaler, og det underbygges af, at Schneider gradvist har indført en europæisk listepriis. Parterne anfører desuden, at prisforskellen under alle omstændigheder kun er én af de faktorer, der bør indgå i grundlaget for afgrænsningen af det relevante geografiske marked.

- (237) Kommissionen kan ikke tilslutte sig parternes argumenter om, at der er tale om en hurtig priskonvergens. Dels tyder de foranstående tabeller med de i nogle tilfælde ganske store prisforskelle under ingen omstændigheder på, at der er tale om hurtig konvergens på europæisk plan. Selv hvis man accepterer den "gennemsnitsløsning", som parterne foreslår, viser tallene i tabel 10, at denne løsning i gennemsnit var [40-60]\*% dyrere i Tyskland end i Østrig i 1994, og at den fortsat er [40-60]\*% dyrere i Tyskland end i Østrig i 2000. En analyse af priserne på de enkelte komponenter giver samme resultat. For det andet ser det ud til, at der, selv om Schneider har indført europæiske listepreiser, fortsat på mellemlang sigt vil være tale om forskelle i listepreiserne på over [0-20]\*% for samme produkt, der sælges i to nabolande. Disse forskelle vil kunne øges yderligere på grund af de særlige rabatpolitikker i de enkelte lande, som ikke bliver forsøgt harmoniseret.
- (238) Kommissionen er helt enig med parterne i, at prisforskellen kun er én af de faktorer, der bør indgå i grundlaget for afgrænsningen af det relevante geografiske marked. I det foreliggende tilfælde synes dette kriterium dog at være fuldt tilstrækkeligt til at foretage den ønskede analyse. Hvordan skal man forklare, at identiske produkter, der fremstilles på samme fabrik og fragtes via samme logistiknet med minimale transportomkostninger, kan sælges til priser, der i mange tilfælde varierer med 200% fra det ene land til det andet? Sådanne prisforskelle for ens produkter er i sig selv et næsten fuldgyldigt bevis på, at der ikke er nogen reel mulighed for indbyrdes køb og salg mellem to medlemsstater. Det faktum, at der stadigvæk består sådanne forskelle, viser, at der ikke er tale om ensartede konkurrencevilkår på fællesmarkedet.
- (239) Kommissionen mener under alle omstændigheder, at dens analyse af udbud og efterspørgsel, som er beskrevet i de foregående betragtninger, i givet fald underbygger konklusionen af dens prisundersøgelse, nemlig at der er tale om nationale markeder.

#### *Store hindringer for at komme ind på de nationale markeder*

- (240) Redegørelsen i det foregående tyder på, at det er særdeles vanskeligt for en producent, der er etableret i ét EØS-land, at trænge ind på markedet i et andet EØS-land. For at komme ind på markedet i et givet land er det ikke nok at kunne tilbyde de "løsninger", der anvendes i det andet land. Det drejer sig i realiteten om at overvinde installatørernes "konservatisme" for at skabe en efterspørgsel, skaffe sig adgang til grossisterne og få godkendt produkterne til at bære de nationale kvalitetsmærker (det gælder i hvert fald materiellet til gruppetavler). Eftersom adgangen til grossisterne afhænger af efterspørgslen fra installatørerne, og denne efterspørgsel igen afhænger af, at produkterne kan leveres omgående, og at man altså har adgang til grossisterne, kan et sådant projekt kræve meget store investeringer uden nogen form for sikkerhed, især hvis der i forvejen findes veletablerede mærker i landet.

#### Hovedafbrydere

- (241) Hovedafbryderne opfylder nationale specifikationer i Portugal og Frankrig, hvorfor det relevante geografiske marked i dette tilfælde er nationalt.

#### Konklusion

- (242) Kommissionen kan i lyset af det foranstående konkludere, at der er tale om nationale markeder for komponenterne til fordelingstavler og gruppetavler samt hovedafbrydere. En producent anfører således, at samtlige segmenter burde analyseres på et

nationalt grundlag. For det første adskiller de nationale forskrifter og traditioner sig ganske betydeligt fra land til land. For det andet er de nationale markeder på grund af den vertikale struktur (endelig kunde/installatør/grossist/producent) meget stabile. Selv om en producent således var i stand til at overtale en grossist til at forhandle hans produkter ved siden af grossistens eksisterende mærker (og dermed i realiteten øge antallet af leverandører), betyder det ikke automatisk, at han samtidig kan overtale de lokale installatører til at vælge hans produkter.

- (243) Parterne anfægter i deres svarskrivelse denne afgrænsning og mener navnlig, at Kommissionen ikke i tilstrækkelig grad har taget højde for harmoniseringen af regler og forskrifter, de meget begrænsede transportomkostninger og organiseringen af produktionen på europæisk plan.
- (244) Kommissionen vil ikke bestride disse tre forhold, men vil dog hævde, at de på ingen måde ændrer ved afgrænsningen af de relevante geografiske markeder. Som nævnt er de gældende regler og forskrifter kun et enkelt element i efterspørgslen og synes ikke at spille nogen større rolle, eftersom der stadigvæk lægges langt større vægt på nationale normer og traditioner og kvalitetsmærker. Under alle omstændigheder har harmoniseringen af regler og forskrifter ikke medført nogen priskonvergens for det pågældende materiel, hvilket ville have været tilfældet, hvis der havde været tale om en markant handelshindring. Heller ikke det forhold, at produktionen er organiseret på europæisk plan, og at transportomkostningerne er meget begrænsede, ændrer ved, at der er tale om nationale markeder, fordi det først og fremmest kan tilskrives de særlige nationale forhold, der gør sig gældende for efterspørgslen, og - for udbuddets vedkommende - opfattelsen af de forskellige mærker og prisfastsættelsesmetoden.
- (245) Spørgsmålet om afgrænsningen af de geografiske markeder for materiel til hovedtavler behøver til gengæld ikke afgøres, fordi Legrand ikke er aktiv i denne sektor, hvorfor fusionen ikke vil hæmme konkurrencen i EØS eller en væsentlig del af EØS i større omfang.

## *B.2 Præfabrikerede kanalskinnesystemer og kabelføringsveje*

### B.2.1 Afgrænsning af produktmarkederne

- (246) Parterne opererer med et produktmarked, der omfatter dels "kabelføringsveje", dels "elledningssystemer med integrerede ledere", også kaldet "præfabrikerede kanalskinnesystemer" (i det følgende benævnt "kanalskinnesystemer").
- (247) En kabelføringsvej er et præfabrikeret modul, der udgør en fortløbende kabelkanal af perforerede metalplader eller kabelstiger. Den er beregnet til at fremføre isolerede ledere i aluminium eller kobber, som transporterer den elektriske strøm i en bygning. Parterne forklarer, at kabelføringsvejene navnlig installeres i bygningernes kælderetage, i installationskanaler af metal og i hulrum over loftspladerne. De materialer, der normalt anvendes til fremstillingen af metalbakkerne og kabelstigerne, er stål, aluminium, PVC, polyester og trådnet. Produktet findes i mange forskellige størrelser fra 50 til 600 mm i bredden, fra 50 til 100 mm i højden og fra 1 til 3 m i længden.
- (248) Den strømstyrke, der kan transporteres gennem kabler, der er monteret på sådanne kabelføringsveje, er direkte afhængig af disse kablere tekniske specifikationer og

antallet af kabler. Parterne forklarer<sup>64</sup>, at det ikke er dem, der bestemmer, hvor stærk en strøm, der skal føres igennem disse moduler. De indestår kun for kabelføringsvejenes evne til at modstå mekaniske belastninger og ikke for, hvor mange ampere, der kan løbe i kablerne, som kan være af forskellig slags både med hensyn til diameter og vægt. Kabelføringsvejene kan monteres både vandret og lodret i hele bygningen og mellem hovedtavler, fordelingstavler og gruppetavler. Jo større strømstyrken er, og dermed jo tungere kablerne er (lederens diameter), jo mere solide skal modulet være. Der anvendes således primært kabelstiger af metal mellem hovedtavlen og fordelingstavlerne, medens de perforerede kanaler i højere grad anvendes mellem fordelingstavlerne og gruppetavlerne. Endnu længere ude i installationen efter gruppetavlen kan der f.eks. til fødekablet til en maskine anvendes kabelkanaler af svejset metaltråd eller perforeret metal.

- (249) Et kanalskinnesystem består af et helt sæt af ledere i kobber eller aluminium, som er indlagt i en kappe af isolerende materialer, og som løber i en metalkanal, normalt af galvaniseret stål. Et kanalskinnesystem består af en kombination af flere komponenter. En strømforsyningsenhed monteres mellem eltavlen og selve kanalskinnesystemet. Selve systemet består af flere forskellige elementer af normalt mellem 3 og 5 meters længde. Disse elementer er opdelt i flere rum oven på hinanden, hvori lederne ligger. Der er monteret forgreningspaneler med regelmæssige mellemrum. I disse paneler kan der indsættes forgreningsdåser, så strømmen kan ledes til en eller flere modtagere, de såkaldte "belastninger". Ved hjælp af bøjelige knæ, normalt af plast, kan både konnektorer og kanalelementer løbe ubrudt også i og omkring hjørner. To kanalelementer samles med et klemmesystem. Alleryderst i systemet er der anbragt en endemuffe. Kanalskinnesystemets dimensioner varierer afhængigt af, hvor stor en strømstyrke, der skal løbe igennem. Ifølge parterne kan et kanalskinnesystem transportere strømstyrker på mellem 20 og 5 000 ampere<sup>65</sup>.
- (250) Kanalskinnesystemerne kan opfylde fire forskellige funktioner. I en kraftig konfiguration, en såkaldt "forbindelsesinstallation", sørger skinnesystemet for forbindelsen mellem mellemspændings-/lavspændingstransformerer og hovedtavlen. Der er tale om en kort konfiguration, under 10 meter, hvori der transporteres meget kraftig strøm på mellem 1 600 og 4 000 ampere. I en lettere konfiguration, kaldet en "transportinstallation", transporterer kanalskinnesystemet strømmen fra hovedtavlen til fordelingstavlerne. Her er systemet længere, dvs. ca. 30 meter, og den transporterede strømstyrke er mellem 400 og 1 600 ampere. Parterne forklarer dog, at de to mest anvendte konfigurationer af kanalskinnesystemer anvendes til andre specifikke formål, nemlig elforsyning til belysning og laveffektfordeling<sup>66</sup>. Til belysningsformål er kanalskinnesystemet 30 meter langt og transporterer strøm på normalt mellem 16 og 40 ampere. Det er desuden forsynet med specifikke konnektorer til lyskilderne. Til laveffektdistribution er kanalskinnesystemet ligeledes 30 meter langt, men skal transportere en noget kraftigere strøm, nemlig mellem 40 og 100 ampere. Det bruges til at fordele strøm til de yderste stikkontakter og afbrydere i installationen. Til dette formål forsynes det med konnektorer og sikringsdåser og/eller afbrydere til beskyttelse af dette materiel.

---

<sup>64</sup> Meddelelse af 3. juli 2001 som svar på Kommissionens henvendelse af 2. juli 2001.

<sup>65</sup> Bilag 39 til formular CO.

<sup>66</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på Kommissionens henvendelse af 13. juni 2001.

- (251) Både kabelføringsveje og kanalskinnesystemer anvendes til fysisk at transportere elektrisk strøm mellem hovedtavlen og fordelingstavlerne. Parterne oplyser, at kanalskinnesystemerne desuden anvendes efter fordelingstavlen til bl.a. at fordele strøm til gruppetavlerne<sup>67</sup>. Ved fremstillingen af kanalskinnesystemer integreres de ledere, der skal transportere strømmen, i systemet helt fra starten. For kabelføringsvejenes vedkommende skal disse ledere indkøbes særskilt<sup>68</sup>. Parterne anfører, at de ikke tilbyder kunderne kombinerede systemer, der omfatter både kabelføringsveje og kabler<sup>69</sup>.
- (252) Ifølge parterne udgør kabelføringsveje og kanalskinnesystemer ét og samme produktmarked. Parterne forklarer, at disse to kategorier af produkter opfylder samme funktion, nemlig transport af kraftig strøm, ofte på flere hundrede ampere, mellem hovedtavlen og fordelingstavlerne. De konkluderer på dette grundlag, at kanalskinnesystemer og kabelføringsveje er substituerbare på efterspørgselssiden.
- (253) Det ser dog ud til, at disse to kategorier af produkter kun i begrænset omfang er substituerbare på efterspørgselssiden, medens de slet ikke er substituerbare på udbudssiden.

#### Substituerbarhed på efterspørgselssiden

- (254) Parterne forklarer<sup>70</sup>, at valget mellem den ene eller den anden produktkategori afhænger af konfigurationen i hver enkelt bygning og specifikationerne for det elforsyningsnet, der er installeret i bygningen. Kanalskinnesystemerne skulle således give større fleksibilitet end kabelføringsvejene med hensyn til placeringen af det udstyr (computere, maskiner m.m.), der skal forsynes med strøm. Det fremgår navnlig af et internt dokument fra Schneider<sup>71</sup>. Det forklares heri, at kanalskinnesystemerne er mere konkurrencedygtige end kabelføringsvejene, når det drejer sig om at fordele strøm til et stort antal maskiner placeret i samme lokale. Det skulle således indebære to væsentlige forskelle. For det første er kanalskinnesystemerne lette at ændre på: det er nemt at flytte en maskine eller at føje en ny maskine til ved blot at slutte den til en disponibel indgang. For det andet er kanalskinnesystemerne meget fleksible dele, der kan tilføjes eller fjernes for at tilpasse det til ændringer i konfigurationen. Det fremgår ligeledes af et andet internt dokument fra Schneider<sup>72</sup>. Det oplyses heri, at kanalskinnesystemerne koster [...] \* gange mere end kabelføringsvejene, men at installationsomkostningerne ved en afgrening er [...] \* gange lavere. Ifølge samme dokument skulle det være mere økonomisk at installere kanalskinnesystemer end kabelføringsveje, hvis der er behov for mere end [...] \* afgreninger.
- (255) Det fremgår desuden af et internt dokument fra Schneider<sup>73</sup>, at kanalskinnesystemerne også er mere konkurrencedygtige end kabelføringsvejene til "forbindelses-

---

<sup>67</sup> Formular CO, s. 52.

<sup>68</sup> Svar af 23. februar 2001, punkt 6.

<sup>69</sup> Parternes svar på spørgsmål 9 i spørgeskema af 22. marts 2001.

<sup>70</sup> Formular CO, s. 52.

<sup>71</sup> "Busbar trunking – SBU presentation", dokument fremlagt som svar (bilag 8) på spørgeskema af 22. marts 2001, s. 10.

<sup>72</sup> Dokument fremlagt som bilag 39 til formular CO, s. 4.

<sup>73</sup> Tidligere citerede "Busbar trunking – SBU presentation", s. 9.

installationer", hvor der skal transporteres strøm på over 1 600 ampere, og til "transportinstallationer", hvor der skal transporteres strøm på over 1 000 ampere.

- (256) I øvrigt er kanalskinnesystemerne og kabelføringsvejene både teknisk og funktionsmæssigt forskellige. Parterne forklarer<sup>74</sup> således, at kanalskinnesystemerne er langt mere modstandsdygtige over for de høje strømstyrker, der opstår ved en kortslutning. Det oplyses ligeledes i et internt dokument fra Schneider<sup>75</sup>, at kanalskinnesystemerne i tilfælde af kortslutning har den fordel, at de kun indebærer en meget begrænset afbrydelse af strømforsyningen. Det forklares således, at der er placeret sikringsanordninger mellem hvert tilslutningssted, således at der kun skal fjernes en enkelt belastning, hvilket minimerer "nedetiden" under vedligeholdelse og reparation. Desuden fremgår det af samme dokument<sup>76</sup>, at kanalskinnesystemerne vejer 40% mindre end kabelføringsvejene og er dobbelt så hurtige at installere.
- (257) Omvendt giver de materialer, der kan anvendes til fremstillingen af kabelføringsveje, mulighed for at bruge dem på steder, hvor særlige forhold gør sig gældende. F.eks. er kabelføringsveje af aluminium specielt velegnede i fugtige omgivelser, og kabelføringsveje af glasfiberforstærket plast er specielt velegnede i ætsende omgivelser. De førstnævnte anvendes derfor ofte i landbrugsfødevarerindustrien, medens de sidstnævnte anvendes i den kemiske industri<sup>77</sup>.
- (258) Kanalskinnesystemer og kabelføringsveje dækker således specifikke og forskellige behov. De førstnævnte udgør den mest økonomiske løsning, hvor der mellem hovedtavlen og fordelingstavlerne skal transporteres strømstyrker på over 1 000 ampere, eller hvor der mellem mellemspændings-/lavspændingstransformeren og hovedtavlen skal transporteres strømstyrker på over 1 600 ampere. I en "fordelingskonfiguration" er kanalskinnesystemerne den mest økonomiske løsning, når der er brug for mere end fem afgreninger. Kanalskinnesystemernes tekniske egenskaber gør dem desuden særligt velegnede i bygninger, hvor det er absolut nødvendigt at have en kontinuerlig strømforsyning, og hvor der er brug for et meget stort antal afgreninger, f.eks. større kontorbygninger, hospitaler og lufthavne. Sådanne steder findes der ikke noget alternativ til disse systemer. I et internt dokument fra Schneider omtales denne type bygninger således også som det naturlige marked for kanalskinnesystemer<sup>78</sup>. Omvendt vil kabelføringsvejene være at foretrække frem for kanalskinnesystemer i visse erhvervssektorer, hvor særlige fysiske forhold gør sig gældende.
- (259) Kanalskinnesystemer og kabelføringsveje er således kun delvist indbyrdes substituerbare på efterspørgselssiden. Det gælder hovedsagelig kun installationer til laveffektfordeling, "transportinstallationer" og "forbindelsesinstallationer", men selv inden for hver enkelt af disse installationstyper indebærer de to produktkategoriers særlige egenskaber begrænsninger af substituerbarheden på efterspørgselssiden.
- (260) Denne konklusion bekræftes i et internt dokument fra Schneider, hvori det anføres, at kabelføringsvejene repræsenterer en teknologi, som kun indirekte er konkurrent til

---

<sup>74</sup> Formular CO, s. 52.

<sup>75</sup> Tidligere citerede "Busbar trunking – SBU presentation", s. 10.

<sup>76</sup> Idem, s. 9.

<sup>77</sup> Jf. parternes svar på spørgsmål 4 i spørgeskema af 22. marts 2001.

<sup>78</sup> Tidligere citeret "Busbar trunking – SBU presentation", s. 9.

kanalskinnesystemerne<sup>79</sup>. Parterne understreger, at teknologien i kabelføringsvejene kun konkurrerer indirekte, fordi den opfylder samme grundfunktion, men uden at have samme fleksibilitet<sup>80</sup>. En adspurgt tredjepart, Pogliano, forklarer, at kabelføringsvejene og kanalskinnesystemerne i realiteten kun konkurrerer på de geografiske markeder, hvor de sidstnævnte systemer endnu ikke er særligt udbredte, og hvor forbrugerne derfor endnu ikke er bekendt med de relative fordele, de indebærer<sup>81</sup>.

### Substituerbarhed på udbudssiden

- (261) Flere tredjeparter har forklaret, at kanalskinnesystemerne er teknisk mere avancerede end kabelføringsvejene. Som tidligere nævnt indarbejdes de elektriske ledere i kanalskinnesystemerne helt fra starten, medens kabelføringsvejene fremstilles med henblik på efterfølgende montering af lederne.
- (262) De tekniske forskelle mellem kanalskinnesystemer og kabelføringsveje afspejles i de standarder, de skal opfylde. Standarderne IEC 60439-2 og Cenelec EN 60439-2 for kanalskinnesystemer fastsætter forskellige elektriske krav med specifikt sigte på dimensioneringen af de ledere, der indgår i systemerne, deres isolering og den måde, de forbindes på. Standarderne Cenelec EN 10142 og EN 10088 for kabelføringsveje fastsætter derimod mekaniske krav med hensyn til, hvor stor en vægt kabelføringsvejene og fastgørelsesanordningerne skal kunne bære. Medens standarderne for kanalskinnesystemer fastsætter elektriske krav med det formål at undgå kortslutninger og antændelse<sup>82</sup>, opererer standarderne for kabelføringsveje med krav til de pågældende produkters fysiske modstandsdygtighed. I modsætning til kabelføringsvejene kan kanalskinnesystemerne altså betragtes som elektrisk apparatur, eftersom der skal gå elektrisk strøm igennem dem.
- (263) Disse tekniske forskelle afspejles ligeledes i forskellige fremstillingsprocesser. Fremstillingen af kabelføringsveje består primært af metal- eller pladearbejde, medens fremstillingen af kanalskinnesystemer hører under elektrisk konstruktion. Parterne erkender i formular CO (side 52), at kabelføringsvejene normalt fremstilles af pladesmede, medens kanalskinnesystemer fremstilles af elektrikere. Det er grunden til, at der, efter hvad Kommissionen har fået oplyst, kun er to virksomheder, der fremstiller begge kategorier af produkter, nemlig Schneider og Hager. I begge tilfælde er denne situation af nyere dato og resultatet af overtagelsen af en anden virksomhed (Schneider har overtaget Lexel, og Hager har overtaget Tehalit). Før disse overtagelser fremstillede både Schneider og Hager udelukkende kanalskinnesystemer.
- (264) Der er dog tale om, at de to koncerner råder over datterselskaber med speciale i fremstillingen af den ene eller den anden af de to kategorier af produkter. Inden for Schneider-koncernen står datterselskaberne Télémécanique og Normabarre således for fremstillingen af kanalskinnesystemer, medens datterselskaberne Wibe, Stago og Mita fremstiller kabelføringsveje. De største producenter af kanalskinnesystemer i Europa (Moeller, MEM-Delta, Pogliano, Zucchini m.fl.) fremstiller ikke kabelføringsveje.

---

<sup>79</sup> "Présentation de la démarche Marketing CEP", dokument fremlagt af Schneider som svar på spørgeskema af 22. marts 2001, bilag 6, s. 4.

<sup>80</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på Kommissionens henvendelse af 13. juni 2001.

<sup>81</sup> Svar af 17. februar 2001, punkt 6.

<sup>82</sup> Jf. parternes svar på spørgsmål 7 i spørgeskema af 22. marts 2001.



Endelig understreger parterne, at producenterne af kabelføringsveje er mindre producenter, der har specialiseret sig i fremstillingen af denne type produkter<sup>83</sup>.

- (265) Kabelføringsveje og kanalskinnesystemer er således ikke substituerbare på udbudssiden.

### Konklusion

- (266) Af ovennævnte grunde mener Kommissionen, at kabelføringsveje og kanalskinnesystemer udgør to særskilte produktmarkeder. Parterne har ikke i deres svarskrivelse<sup>84</sup> anfægtet denne konklusion.

### B.2.2 Geografisk afgrænsning af markederne

- (267) Parterne mener, at markedet for salg af kabelføringsveje og kanalskinnesystemer dækker hele Europa. De bygger dette synspunkt på, at de produkter, der sælges i de forskellige medlemsstater, er identiske. Desuden skulle over [...] % af Schneiders og Legrands produktion blive solgt i andre medlemsstater end fremstillingslandet.
- (268) Kommissionens undersøgelse viser tværtimod, at konkurrencen inden for salg af materiel til lavspændingsdistribution primært er nationalt baseret. Hovedpunkterne i den analyse vedrørende eltavler, for hvilke der er redegjort ovenfor<sup>85</sup>, gælder tilsvarende for kabelføringsveje og kanalskinnesystemer. Navnlig nedenstående betragtninger understøtter denne analyse for disse produktmarketers vedkommende.

### Salgsprisen for kabelføringsveje og kanalskinnesystemer varierer meget mellem medlemsstaterne

- (269) Der er tale om markante prisforskelle mellem EØS-landene for ét og samme varenummer, og det gælder både kanalskinnesystemer og kabelføringsveje.

### *Kanalskinnesystemer*

- (270) Parterne har dog fremlagt en prissammenligning for, hvad der efter deres opfattelse er de to mest anvendte standardkonfigurationer. Det drejer sig om (i) et kanalskinnesystem til belysning (KLE, 16 ampere, 2-polet), der fremstilles af Télémécanique, og (ii) et laveffektskanalskinnesystem (KNA, 63 ampere), der ligeledes fremstilles af Télémécanique<sup>86</sup>.
- (271) Tabel 11 nedenfor viser, til hvilke priser kanalskinnesystemet til belysning [...]\*, der fremstilles af Schneiders datterselskab, Télémécanique, sælges i de forskellige EØS-lande<sup>87</sup>:

---

<sup>83</sup> Formular CO, s. 53.

<sup>84</sup> Punkt 472.

<sup>85</sup> Betragtning 126-224.

<sup>86</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på Kommissionens henvendelse af 13. juni 2001.

<sup>87</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på Kommissionens henvendelse af 13. juni 2001.

**TABEL 11**

	Frankrig	Italien	Spanien	Belgien	Portugal	Grækenland	UK	Irland
Pris i FFR	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prisgrundlag: 100 i Frankrig	100	**	**	***	***	***	****	***

	Tyskland	Østrig	Nederlandene	Sverige	Danmark	Norge	Finland
Pris i FFR	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prisgrundlag: 100 i Frankrig	**	***	***	**	**	**	**

Kilde: Parterne

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

(272) Tabel 12 nedenfor viser, til hvilke priser kanalskinnesystemet [...]\*, der fremstilles af Schneiders datterselskab, Télémécanique, sælges i forskellige EØS-lande<sup>88</sup>:

**TABEL 12**

	Frankrig	Italien	Spanien	Belgien	Portugal	Grækenland	UK	Irland
Pris i FFR	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prisgrundlag: 100 i Frankrig	100	*	**	**	**	**	***	***

	Tyskland	Østrig	Nederlandene	Sverige	Danmark	Norge	Finland
Pris i FFR	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prisgrundlag: 100 i Frankrig	**	***	***	***	***	**	*****

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

(273) Det fremgår af disse to tabeller, at prisen på samme varenummer for et kanalskinnesystem varierer betydeligt mellem EØS-landene. I denne forbindelse kan det konstateres, at prisen på samme varenummer kan variere med over [50-100]\*% mellem to nabolande. Kanalskinnesystemet [...]\* sælges således til [...]\* FFR i Norge og [...]\* FFR i Sverige. På samme måde sælges kanalskinnesystemet [...]\* til [...]\* FFR i Spanien og [...]\* FFR i Frankrig.

<sup>88</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på Kommissionens henvendelse af 13. juni 2001.

## Kabelføringsveje

- (274) Tabel 13 nedenfor viser udviklingen fra 1996 til 2000 i den relative salgspris for kabelstiger af stål ("steel cable ladders"), fremstillet af Schneiders datterselskab, Lexel, i de forskellige EØS-lande, hvor Lexel markedsfører disse produkter.

**TABEL 13**

	1996	1997	1998	1999	2000
Sverige <sup>89</sup>	100	***	***	***	***
Danmark	***	***	***	***	***
Finland	**	**	**	**	**
Tyskland	**	**	**	**	**
Det Forenede Kongerige	***	***	***	***	***
Nederlandene	***	***	***	***	***
Belgien	***	***	***	***	***

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (275) Det fremgår af tabel 13, at prisen på denne kategori af kabelføringsveje varierer ganske meget mellem EØS-landene, også mellem nabolande, og at disse prisforskelle ikke synes at være blevet mindre de seneste fem år. Prisforskellen mellem Sverige og Danmark, som var [0-50]\*% i 1996, lå således i 2000 på [0-50]\*%. Ligeledes lå prisforskellen mellem Tyskland og Nederlandene, som i 1996 var [0-50]\*%, i 2000 på [50-100]\*%.
- (276) Parterne bestrider i deres svarskrivelse, at det er relevant at vælge kabelstiger af stål, fremstillet af Lexel, til at fastslå tilstedeværelsen af prisforskelle mellem EØS-landene for samtlige kategorier af kabelføringsveje. Ifølge parterne ville kabelbakker af stål være mere repræsentative for hele det pågældende produktmarked, eftersom denne produktkategori på europæisk plan skulle repræsentere et ca. dobbelt så stort mængdemæssigt salg i forhold til kabelstiger af stål. Under alle omstændigheder hævder parterne, at der mellem visse nabolande (f.eks. Nederlandene og Tyskland) stort set ikke er nogen prisforskel på kabelstiger af stål.
- (277) For det første skal det understreges, at parternes påstand om, at kabelbakker af stål repræsenterer et dobbelt så stort mængdemæssigt salg som kabelstiger af stål, er baseret på en simpel ekstrapolering på europæisk plan af situationen i Det Forenede Kongerige. Parterne har således ikke fremlagt dokumentation for, at fordelingen af salget i Det Forenede Kongerige på de forskellige kategorier af kabelføringsveje skulle være repræsentativ for resten af EØS.
- (278) Det fremgår desuden af dokumenter, som parterne har fremlagt<sup>90</sup>, at der også består betydelige prisforskelle – selv mellem nabolande – for kabelbakker af stål. Tabellen nedenfor viser udviklingen fra 1998 til 2000 i den relative pris på kabelbakker af stål, fremstillet af Schneiders datterselskab, Lexel, i de tre medlemsstater, hvor virksomheden markedsfører dem.

<sup>89</sup> Prisen i Sverige i 1996 = 100.

<sup>90</sup> Parternes svar af 19. juli 2001 på spørgsmål 1 i spørgeskema af 22. marts 2001.

### TABEL OVER PRISEN PÅ KABELBAKKER AF STÅL

	1998	1999	2000
Nederlandene <sup>91</sup>	100	[100-150]*	[100-150]*
Tyskland	[100-150]*	[100-150]*	[100-150]*
Belgien	[50-100]*	[50-100]*	[50-100]*

Kilde: Parterne.

- (279) Det fremgår således af ovenstående tabel over prisen på kabelbakker af stål, at der ganske vist kun er en begrænset prisforskel mellem Nederlandene og Tyskland, og at denne forskel oven i købet synes at være blevet mindre fra 1998 til 2000, men at der til gengæld var en prisforskel mellem disse to medlemsstater på den ene side og Belgien på den anden side på over [0-50]\*% i 2000, og at denne prisforskel endog synes at være blevet større i den pågældende periode.
- (280) Parterne har i deres svar på meddelelsen med klagepunkter anført, at Kommissionens sammenligning af priser på kabelføringsveje i de forskellige medlemsstater ikke giver et retvisende billede, fordi man har undladt at tage hensyn til tre eksterne faktorer.
- (281) For det første skulle Kommissionen ikke have taget hensyn til det forhold, at man i Sverige og Finland altid har foretrukket kabelstiger frem for kabelbakker. Denne situation skulle betyde, at der er større konkurrence på den førstnævnte kategori af produkter, hvilket til dels kan forklare de lavere priser i disse to lande i forhold til resten af Europa.
- (282) I denne forbindelse skal det først og fremmest understreges, at forskellene i salgspriser på kabelbakker, fremstillet af Schneider, ikke kun er signifikante mellem Sverige og Finland på den ene side og de øvrige medlemsstater på den anden side. Det fremgår f.eks. også af tabel 13, at der i 2000 var en prisforskel mellem Tyskland og Belgien på [50-100]\*%. Selv hvis man godtager, at Tyskland også udgør et specielt tilfælde, kan der konstateres en prisforskel mellem Danmark og Belgien på [0-50]\*%. Desuden udgør det forhold, at den relative salgsmængde af de forskellige kategorier af kabelføringsveje er stærkt varierende mellem medlemsstaterne på grund af de nationale forbrugeres klare præference for bestemte kategorier af kabelføringsveje, således som parterne hævder<sup>92</sup>, et yderligere stærkt argument til fordel for en national afgrænsning af det pågældende produktmarked.
- (283) For det andet forklarer parterne i deres svarskrivelse<sup>93</sup>, at prisforskellene mellem medlemsstaterne, for så vidt angår de kabelstiger, Lexel markedsfører, skulle være resultatet af udsving i kurserne på de pågældende medlemsstaters valutaer. Som eksempel nævner parterne, at den svenske krone har mistet næsten 30% af sin værdi i forhold til det britiske pund, hvilket ifølge parterne har reduceret den konstaterede prisforskel mellem Sverige og Det Forenede Kongerige for denne produktkategori. Det fremgår imidlertid af tabel 13 ovenfor, at forskellen i salgsprisen på Lexels kabelbakker i disse to medlemsstater, som i 1996 var på [0-50]\*%, i 2000 var [0-50]\*%,

<sup>91</sup> Prisen i Sverige i 1998 = 100.

<sup>92</sup> Punkt 484 i svarskrivelsen på meddelelsen med klagepunkter.

<sup>93</sup> Punkt 485 ff.

hvilket modsiger påstanden om, at prisforskellen mellem Sverige og Det Forenede Kongerige er indsnævret. Det kan desuden konstateres, at der også er store forskelle i salgsprisen på Lexels kabelstiger i en lang række EØS-lande, hvis valutaer har ligget stabilt i forhold til hinanden de seneste år. Det fremgår således af tabel 13 ovenfor, at prisforskellen mellem f.eks. Tyskland og Nederlandene i 2000 var på [50-100]\*%.

- (284) For det tredje hævder parterne<sup>94</sup>, at der i de salgspriser, de har meddelt Kommissionen, er taget hensyn til tilbudspriser og kvantumrabatter på hvert enkelt salg. Størrelsen af disse rabatter skulle være forskellig fra medlemsstat til medlemsstat, hvilket ifølge parterne skulle forklare de konstaterede forskelle i den gennemsnitlige salgspris. I denne forbindelse kan det blot konstateres, at parterne ikke har fremlagt dokumentation for, at gennemsnitsniveauet for salgsmængderne pr. transaktion skulle være forskellig mellem medlemsstaterne. Hvis det var tilfældet, ville det under alle omstændigheder være et yderligere stærkt argument for en national afgrænsning af markedet for kabelføringsveje.

*Store forskelle mellem medlemsstaterne med hensyn til producenternes andele af markedet for kabelføringsveje og kanalskinnesystemer*

- (285) Der er store forskelle mellem medlemsstaterne med hensyn til, hvor store markedsandele de største aktører på markederne for kanalskinnesystemer og kabelføringsveje har.

*Kanalskinnesystemer*

- (286) Tabel 14 nedenfor, der er fremsendt af parterne<sup>95</sup>, viser de vigtigste aktørers andele af markedet for kanalskinnesystemer i de EØS-lande, hvor disse produkter primært sælges.

---

<sup>94</sup> Punkt 489 i svarskrivelsen på meddelelsen med klagepunkter.

<sup>95</sup> E-mail af 12. marts 2001.

**TABEL 14**

	<b>Schneider</b>	<b>Moeller</b>	<b>Zucchini</b>	<b>Pogliano</b>	<b>Andre 1</b>	<b>Andre 2</b>
Tyskland	[30-40]**%	[50-60]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	Siemens [0-10]**%	Lanz [0-10]**%
Østrig	[60-50]**%	[30-40]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	Lanz [0-10]**%	
Belgien	[50-60]**%	[10-20]**%	[10-20]**%		EAE [0-10]**%	
Danmark	[60-50]**%	[20-30]**%				
Spanien	[40-50]**%	[30-40]**%	[10-20]**%	[10-20]**%		
Frankrig	[70-80]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	Erico [0-10]**%	
Finland	[20-30]**%	[10-20]**%			MEM [30-40]**%	
Det Forenede Kongerige	[10-20]**%	[30-40]**%	[10-20]**%		MEM [10-20]**%	
Grækenland	[60-50]**%	[10-20]**%	[0-10]**%		EAE [0-10]**%	
Irland	[80-90]**%	[0-10]**%	[10-20]**%		MEM [0-10]**%	
Norge	[20-30]**%	[30-40]**%	[0-10]**%			
Nederlandene	[40-50]**%	[40-50]**%	[0-10]**%		EAE [0-10]**%	
Portugal	[70-80]**%	[20-30]**%	[0-10]**%			
EØS i alt	[20-30]**%	[30-40]**%	[0-10]**%	[0-10]**%		

(287) Det fremgår af tabel 14 ovenfor, at de største producenters markedsandele varierer ganske betydeligt fra medlemsstat til medlemsstat. Hvis man udelukkende ser på forskellene mellem nabolande, kan det konstateres, at Schneider har en markedsandel på [70-80]\*\*% i Frankrig, men kun [50-60]\*\*% i Belgien, [40-50]\*\*% i Spanien og kun [30-40]\*\*% i Tyskland. Tilsvarende er Schneiders markedsandel [80-90]\*\*% i Irland, men kun [10-20]\*\*% i Det Forenede Kongerige; Schneider har en markedsandel på [70-80]\*\*% i Portugal, men kun [40-50]\*\*% i Spanien. Den næststørste aktør på det europæiske marked, Moeller, har en markedsandel på [50-60]\*\*% i Tyskland, men kun [30-40]\*\*% i Østrig, [10-20]\*\*% i Belgien og kun [0-10]\*\*% i Frankrig.

#### *Kabelføringsveje*

(288) Tabel 15 nedenfor, som er fremsendt af parterne, viser de største konkurrenters andele af markedet for kabelføringsveje i de forskellige EØS-lande.

**TABEL 15**

	<b>Schneider</b>	<b>Legrand</b>	<b>Hager</b>	<b>Andre 1</b>	<b>Andre 2</b>
Tyskland	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	OBO	Van Geel
Østrig	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Belgien	[10-20]*%		[0-10]*%	Vergocan	Van Geel
Danmark	[20-30]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	RMIndustrial Group	Van Geel
Spanien	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Finland	[0-10]*%		[0-10]*%	Meka	Nordic Aluminium
Frankrig	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Tolmega [30-40]*%	Métal Déployé [20-30]*%
Det Forenede Kongerige	[0-10]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	RM Cable Tray [0-10]*%	Unitrust [0-10]*%
Grækenland	[0-10]*%	[0-10]*%			
Irland	[0-10]*%	[0-10]*%		RM Cable Tray	Unitrust
Italien	[0-10]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	Sati [20-30]*%	ABB [10-20]*%
Norge	[40-50]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Ögland	Van Geel
Nederlandene	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Van Geel	Gouda
Portugal	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Sverige	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Meka	Van Geel
I alt	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		

- (289) Det fremgår af tabel 15, at Schneider kun er aktiv på markedet i seks EØS-lande. I fem af disse lande har virksomheden en markedsandel på [20-80]\*%. Derimod er Schneider ikke repræsenteret på nogen af de øvrige nationale markeder. Legrand har en stærkere markedsposition i EØS, selv om virksomheden kun opererer på markedet i tre medlemsstater (Frankrig, Italien og Det Forenede Kongerige) og kun i to af disse har en betydelig markedsandel (Italien [20-30]\*% og Storbritannien [30-40]\*%). Med undtagelse af Hager, som opererer i 11 medlemsstater, er alle de øvrige konkurrenter kun aktive på markedet i en eller to medlemsstater, og det vil normalt være nabolande (Unitrust og RM Cable Tray i Irland og Det Forenede Kongerige og Meka i Sverige og Finland). Van Geel synes at være den eneste undtagelse fra denne regel, eftersom firmaet opererer både i Belgien, Nederlandene, Tyskland og Skandinavien.
- (290) Hovedparten af aktørerne på markedet for kabelføringsveje opererer således kun i en enkelt medlemsstat. Hvad angår de konkurrenter, der er repræsenteret i flere medlemsstater, er de karakteriseret ved (i) en særligt stor markedsandel i én medlemsstat og (ii) væsentligt ringere og svingende markedsandele i de øvrige medlemsstater.
- (291) Parterne bemærker i deres svarskrivelse på meddelelsen med klagepunkter<sup>96</sup>, at der er flere aktører på det pågældende produktmarked, der opererer i flere medlemsstater. Parterne nævner således Schneider, der opererer i syv medlemsstater, Van Geel, der opererer i seks medlemsstater, og Hager, der opererer i elleve medlemsstater. Desuden

<sup>96</sup> Punkt 506 og 509.

hævder parterne, at Hager har forholdsvis ensartede markedsandele i de forskellige medlemsstater, hvor virksomheden er repræsenteret.

- (292) I denne forbindelse skal der blot henvises til, at det forhold, at kun tre aktører på markedet for kabelføringsveje er repræsenteret i flere medlemsstater, ikke er tilstrækkeligt til at konkludere, at der er tale om europæisk dækkende aktører, der konkurrerer indbyrdes i hele EØS. Det underbygges yderligere af, at ingen af de tre største konkurrenter i EØS, dvs. Schneider, Legrand og Hager, har ensartede markedsandele i alle landene.

*Distributionen af kabelføringsveje og kanalskinnesystemer er organiseret nationalt*

- (293) Parterne forklarer, at gennemsnitligt mellem 75 og 95% af omsætningen hos producenter af kabelføringsveje og kanalskinnesystemer hidrører fra salget til engrosleddet<sup>97</sup>. F.eks. oplyser Schneider, at hele virksomhedens salg af kabelføringsveje i Sverige, Det Forenede Kongerige og Nederlandene går til engrosleddet. Schneider har ikke fremlagt andre oplysninger for de øvrige medlemsstaters vedkommende<sup>98</sup>.
- (294) Som tidligere nævnt er relationerne mellem producenter og grossister af elmateriel organiseret på nationalt eller endog regionalt plan, og det gælder også europæisk dækkende producenter og grossister. Det er således også tilfældet for kabelføringsveje og kanalskinnesystemer. Konkurrencen i distributionsleddet for disse produkters vedkommende foregår således primært inden for det enkelte lands grænser.
- (295) Parterne hævder i deres svarskrivelse på meddelelsen med klagepunkter<sup>99</sup>, at en meget stor del af omsætningen hos producenterne af kabelføringsveje hidrører fra direkte salg til de endelige kunder. Det skulle navnlig være tilfældet i forbindelse med større byggeprojekter, hvor grossisterne selv forlanger, at producenterne leverer de kabelføringsveje, der figurerer i deres kataloger, direkte til kunderne. Dermed skulle relationerne mellem grossister og producenter ikke spille nogen afgørende rolle for vurderingen af den geografiske afgrænsning af det pågældende produktmarked.
- (296) I den forbindelse må det først og fremmest konstateres, at parterne ikke har fremlagt dokumentation, der gør det muligt at fastslå omfanget af producenternes direkte salg til de endelige brugere på markedet for kabelføringsveje. De eneste data, parterne har fremlagt, vedrører deres eget salg og viser tværtimod, at salget til grossisterne udgør hovedparten af deres omsætning. Der foreligger ingen oplysninger, der giver anledning til at konkludere, at det skulle forholde sig anderledes for de øvrige aktører på markedet.
- (297) Desuden er parternes argument om, at grossisterne skulle forlange, at producenterne leverer de kabelføringsveje, der figurerer i grossisternes produktkataloger, direkte til de endelige kunder, ikke ensbetydende med, at producenterne sælger de pågældende produkter direkte til disse kunder. Tværtimod tyder grossisternes krav i relation til produkter, de selv har besluttet at medtage i deres produktkataloger, snarere på, at grossisterne køber de pågældende produkter hos producenterne og derefter

---

<sup>97</sup> Formular CO, s. 90.

<sup>98</sup> Bilag til Schneiders svar på spørgsmål 98 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>99</sup> Punkt 523.



videresælger dem til den endelige bruger, men uden at disse produkter rent fysisk går gennem deres lagre.

### Hindringer for markedsadgangen

- (298) Parterne hævder i deres svarskrivelse<sup>100</sup>, at markedet for kabelføringsveje er karakteriseret ved meget begrænsede adgangshindringer. Således er de pågældende produkter ifølge parterne meget ensartede, forstået på den måde, at de kræver ingen eller kun meget begrænset tilpasning for at imødekomme den lokale efterspørgsel. Desuden forklarer parterne, at transportomkostningerne er forholdsvis lave og ikke udgør en hindring for varernes frie bevægelighed inden for EØS. Endelig er der ifølge parterne tale om ganske omfattende handelsstrømme mellem medlemsstaterne. Således skulle [20-40]\*% af Schneiders og Legrands kabelføringsveje blive solgt i en anden medlemsstat end den, hvori de produceres.
- (299) Tilstedeværelsen af store prisforskelle mellem medlemsstaterne og de store forskelle mellem aktørernes markedsandele, som fremgår af ovenstående, er to afgørende elementer, som rent faktisk modsiger eller i hvert fald kraftigt svækker parternes påstand om, at der kun er ringe hindringer for adgangen til markedet for kabelføringsveje. Kommissionens undersøgelse viste, at adgangen til distributionsleddet er den største hindring for at komme ind på markedet for kabelføringsveje, eftersom hovedparten af salget foregår via grossisterne. Grossisternes tilbøjelighed til at begrænse antallet af mærker for hver enkelt kategori af elmateriel, de forhandler, bidrager til at øge adgangshindringerne.

### Konklusion

- (300) De relevante geografiske markeder for salget af kabelføringsveje og kanalskinne-systemer er afgrænset nationalt.

## *B.3 Monteringsmateriel*

### B.3.1 Afgrænsning af produktmarkederne

#### Indledning

- (301) Det elektriske udstyr, der er placeret efter gruppetavlen (af parterne også kaldt "monteringsmateriel og tilbehør") er kendetegnet ved, at det er placeret allersidst på eldistributionsnettet – efter gruppetavlerne.
- (302) Parterne foreslår, at følgende markeder afgrænses som særskilte produktmarkeder: (i) markedet for stikkontakter og afbrydere, (ii) markedet for kontrolsystemer, (iii) markedet for systemer til beskyttelse af personer, (iv) markedet for systemer til sikring af genstande, (v) markedet for tilslutningsmateriel til kommunikationsnetværk, (vi) markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel og (vii) markedet for komponenter til kabel- og ledningsføring i opholdsrum (integreret kabelføring). Alle disse kategorier af produkter skulle således opfylde forskellige funktioner. Kommissionens undersøgelse bekræfter, at disse forskellige markeds kategorier ikke vil kunne indgå i ét og samme produktmarked. Markederne for kontrolsystemer, systemer til sikring af

---

<sup>100</sup> Punkt 512 ff.

genstande, tilslutningsmateriel til kommunikationsnetværk og komponenter til integreret kabelføring berøres ikke af den anmeldte fusion.

- (303) De af parterne foreslåede afgrænsninger af produktmarkederne har det til fælles, at de alle omfatter produkter, som ikke er indbyrdes substituerbare.
- (304) Ikke desto mindre har de pågældende markeder en række fællestræk, som adskiller dem fra markederne for eltavler og markederne for kabelføringsveje og kanalskinnesystemer. For det første drejer det sig om markeder, som primært vedrører bolig- og kontorbyggeri (bortset fra visse kategorier af produkter såsom specialiseret el-materiel). Desuden udgør de pågældende produkter den synlige del af elinstallationen. Disse to karakteristika indebærer, at det æstetiske aspekt i modsætning til, hvad der er tilfældet med eltavler, kabelføringsveje og kanalskinnesystemer, spiller en vigtig rolle for valget af produkter, og at den endelige bruger er langt mere interesseret i at blive inddraget i dette valg. Desuden distribueres næsten alt monteringsmateriel via grossister. Derimod spiller tavlemontørerne og det direkte salg fra producenterne til de endelige kunder ingen rolle for distributionen af disse produkter. Det betyder, at installatørerne har større indflydelse på valget af produkter inden for dette marked end på markedet for eltavler, kabelføringsveje og kanalskinnesystemer.

### Stikkontakter og afbrydere

#### *Indledning*

- (305) Produktkategorien "lavspændingsstikkontakter og -afbrydere" omfatter ifølge parterne følgende produkter:
- Simple stikkontakter, der giver mulighed for at tilslutte elektrisk apparatur.
  - Såkaldte "svagstrømsstik": traditionelle telefonstik, tv-stik og avancerede edb-stik (som Legrand benævner "VDI"-stik ("voice-data-images")), der giver mulighed for at tilslutte henholdsvis telefon, tv og hele informations- og kommunikations-systemer.
  - Afbrydere, der er beregnet til at styre elektrisk apparatur (belysning, motorer), herunder fjernafbrydere og timere.
  - Lysdæmpere til regulering af lysstyrken.
- (306) Det fremgår desuden af Kommissionens undersøgelse, at markedssegmentet for stikkontakter og afbrydere også omfatter en produktkategori, der betegnes "specialiseret elmateriel", og som er beregnet til at modstå aggressive påvirkninger (fugt, støv og stød).
- (307) Ifølge parterne udgør alle disse produkter – dog med undtagelse af "VDI"-stik – ét og samme produktmarked, fordi de hænger nøje sammen af designmæssige og æstetiske hensyn. Argumentet er, at de fremstilles og sælges i serier med et ensartet design. Forbrugerens valg af et af disse produkter (f.eks. en stikkontakt) skulle således være bestemmende for valget af det øvrige materiel (f.eks. afbrydere), fordi det ikke vil se pænt ud i samme rum at have en stikkontakt og en afbryder i to forskellige design.
- (308) Kommissionens undersøgelse bekræftede, at der af ovenstående grunde er tale om et marked for standardstikkontakter og afbrydere (herunder timere, fjernafbrydere og

lysdæmpere) samt særskilte produktmarkeder for edb-stik og specialiseret elmateriel. Spørgsmålet om, hvorvidt traditionelle telefonstik og tv-stik skal betragtes som særskilte produktmarkeder eller indgår i markedet for standardstikkontakter og -afbrydere, behøver ikke afgøres, eftersom det ikke har betydning for analysen af de konkurrencemæssige virkninger.

- (309) Produkterne i denne kategori er meget forskelligartede med hensyn til funktion, teknologisk indhold og enhedsværdi. Det er vigtigt at understrege, at kategorien af stikkontakter og afbrydere, således som den opfattes af parterne, dels omfatter lavteknologiske produkter, navnlig almindelige afbrydere og stikkontakter, dels produkter, der indeholder elektroniske komponenter, navnlig "VDI"-stik og lysdæmpere til regulering af lysstyrken. Disse produkter har det til fælles, at de anvendes i beboelses- og opholdsrum i bygningerne og er "synlige". Derfor er deres design og udseende en vigtig faktor for forbrugernes valg.

#### *Standardstikkontakter og -afbrydere*

- (310) Hvad angår standardstikkontakter og -afbrydere, herunder fjernafbrydere, timere og lysdæmpere, kan parternes argumentation for, at der er tale om et enkelt produktmarked, godtages.
- (311) Kommissionens rundspørge blandt konkurrerende producenter, grossister og installatører har således bekræftet parternes påstand om, at den afgørende faktor for brugernes og dermed også grossisternes valg er æstetikken, og at det gælder alle disse produkter med forskellige funktioner.
- (312) Alle de pågældende produkter har det til fælles, at de er synlige for brugeren. Deres udseende og muligheden for at indpasse dem i den øvrige indretning er derfor – ud over det rent funktionsmæssige – en afgørende faktor for brugerens eller ordregiverens (arkitekt, indretningsarkitekt m.fl.) valg. Derfor giver producenterne disse produkter en nogenlunde ensartet udformning, som normalt er baseret på brugen af rammer og dekorative elementer, der i vidt omfang passer sammen. Denne efterspørgsel fra slutbrugerne afspejles også hos grossisterne, som føler sig nødsaget til at tilbyde deres kunder komplette serier af stikkontakter og afbrydere i samme design. Hvis man forestiller sig, at der kun var én producent, der fremstillede komplette designserier af sådanne produkter, og denne forhøjede prisen på et givet produkt, er det næppe sandsynligt, at efterspørgslen efter dette produkt flyttede over til en producent, der kun fremstillede et enkelt produkt. Der findes i øvrigt ingen producenter, der kun fremstiller et enkelt produkt, eller som ikke kan tilbyde hele designserier. Producenterne skal således for overhovedet at komme ind på markedet kunne tilbyde en eller flere komplette serier i samme design.
- (313) Kommissionen konkluderer derfor, at standardstikkontakter og -afbrydere samt fjernafbrydere, timere og lysdæmpere i relation til den foreliggende sag tilhører ét og samme relevante produktmarked.

#### *Traditionelle telefonstik*

- (314) Traditionelle telefonstik imødekommer et specifikt formål, nemlig tilslutning af telefoner og andet telekommunikationsapparat (telefax, modem). I øjeblikket er sådanne stik udelukkende beregnet til montering i boligbyggeri, eftersom telekommunikationsapparat i erhvervsbygninger i vidt omfang tilsluttes ved hjælp af

"VDI"-stik, der kan anvendes til både at tilslutte computere og telekommunikationsapparat til et lokalt kommunikationsnetværk. De traditionelle telefonstik opfylder de specifikationer, der er fastsat af teleselskaberne. Det adskiller dem fra standardstikkontakter og tv-stik. I modsætning til "VDI"-stikkene indeholder de ingen elektroniske komponenter.

- (315) Parterne forklarer dog, at traditionelle telefonstik er baseret på samme teknologi som stikkontakter (formstøbt termoplast, udstansning, afdrejning m.m.). De skulle indgå i de serier af stikkontakter og afbrydere, der markedsføres af producenter, som fremstiller produkter i "segment 5A1", og skulle ifølge parterne i mange tilfælde blive installeret sammen med stikkontakter og afbrydere af den samme elinstallatør, som tager sig af installationen af stærkstrømsmateriellet. Denne påstand fra parternes side kan kun godtages, for så vidt angår de producenter af stikkontakter og afbrydere – som Schneider og Legrand – der i deres kataloger tilbyder produktserier, som også omfatter telefonstik. Ud over disse producenter af hele serier af stikkontakter og afbrydere findes der desuden specialiserede producenter af traditionelle telefonstik, f.eks. 3M-koncernen (Pouyet, Quante), Krone og Forgos, som ikke kan tilbyde komplette serier af stikkontakter og afbrydere.
- (316) Spørgsmålet om, hvorvidt traditionelle telefonstik er en del af markedet for standardstikkontakter og -afbrydere eller skal betragtes som et særskilt produktmarked, behøver dog ikke afgøres. Det har ingen betydning for analysen af de konkurrencemæssige virkninger.

#### *Tv-stik*

- (317) Ligesom de traditionelle telefonstik er tv-stik produkter, der imødekommer et specifikt behov, nemlig tilslutning af tv-apparater. De produceres udelukkende til brug i private boliger. Tv-stikkene skal opfylde de specifikationer, som tv-selskaberne har fastlagt, hvilket adskiller dem fra stikkontakter, telefonstik og "VDI"-stik.
- (318) Parterne hævder, at tv-stik er baseret på samme teknologi som stikkontakter (formstøbt termoplast, udstansning, afdrejning m.m.). I det omfang, de markedsføres af producenter, som også fremstiller stikkontakter, vil de være integreret i disse serier af stikkontakter og afbrydere. De skulle i mange tilfælde blive installeret samtidig med disse af den samme elinstallatør, som tager sig af installeringen af stærkstrømsmateriellet. Denne påstand fra parternes side modsiges af det forhold, at producenterne af tv-stik for størstepartens vedkommende er specialiserede virksomheder, som ikke er aktive inden for stærkstrømsmateriel, f.eks. Philips, Bosch og Hirschmann.
- (319) Spørgsmålet om, hvorvidt tv-stik er en del af markedet for standardstikkontakter og -afbrydere eller bør betragtes som et særskilt produktmarked, behøver dog ikke afgøres. Det har ingen betydning for analysen af de konkurrencemæssige virkninger.

#### *"VDI"-stik*

- (320) Parterne mener, at "VDI"-stikkene er en del af markedet for tilslutningsmateriel til kommunikationsnetværk. Ikke desto mindre markedsfører de også "VDI"-stik sammen med deres serier af stikkontakter og afbrydere, og de markedsdata vedrørende stikkontakter og afbrydere, som parterne har fremsendt til Kommissionen, omfatter "VDI"-stik fra disse serier.

- (321) "VDI"-stikkene anvendes til tilslutning af informations- og kommunikationssystemer. Ud over deres primære funktion, nemlig transmission af data (heraf betegnelsen "edb-stik" eller "datastik"), dækker de også alle telefonibehov i lokale netværk sammenholdt med de mere enkle anvendelsesformål i private hjem samt visse edb-baserede videoapplikationer ved hjælp af digitalteknologi. De indgår ikke i elforsyningssystemet, men i kommunikationsnetværket mellem forskellige arbejdsstationer inde i en bygning (LAN: local area network) og anvendes primært til erhvervsformål. Det betyder, at de imødekommer et andet og mere og specifikt behov end de øvrige kategorier af stik (som stikkontakter, traditionelle telefonstik, tv-stik m.m.) og ikke er substituerbare med disse på efterspørgselssiden.
- (322) Desuden er "VDI"-stikkene baseret på en anden teknologi end stikkontakter, tv-stik, og traditionelle telefonstik. De vigtigste komponenter er de forskellige typer (konfigurationer) af konnektorer, som skal dække brugernes behov på grundlag af standarder, der er udviklet af producenterne af edb-udstyr (RJ 11, RJ 12, RJ 45, Twinax, Thinnet, BNC, ACO, SUBD 9, SUBD 15, SUBD 25 m.fl.). "VDI"-stikkene installeres af specialister eller elektrikere, som er specielt uddannet til at arbejde med disse netværk, der kræver regelmæssig vedligeholdelse og hyppige ændringer.
- (323) Ganske mange aktører på markedet for "VDI"-stik er specialiserede producenter, bl.a. Infra+, Lucent, Alcatel, Tyco m.fl., som ikke er aktive på markedet for standardstikkontakter og -afbrydere og dermed ikke tilbyder hele produktserier i samme design. Fremstillingen af "VDI"-stik er helt speciel, og det nytter ikke at omlægge eksisterende produktionslinjer til formålet. Det rundspørge, Kommissionen har foretaget hos tredjeparter, har bekræftet, at en producent af standardstikkontakter eller en anden kategori af svagstrømsstik (traditionelle telefonstik eller tv-stik) ikke kan begynde at fremstille edb-stik uden ganske betydelige omkostninger og lang opstartstid. Det betyder, at edb-stikkene hverken på efterspørgsels- eller udbudssiden er substituerbare med standardstikkontakter, traditionelle telefonstik og tv-stik.
- (324) Kommissionen konkluderer derfor, at edb-stikkene ikke er en del af markedet for standardstikkontakter og -afbrydere.

#### Specialiseret elmateriel

- (325) Kategorien af specialiseret elmateriel omfatter stikkontakter og afbrydere, der er konstrueret og monteret på en måde, der gør dem modstandsdygtige over for aggressive påvirkninger (primært fugt, men også støv og stød), f.eks. i vådrum, garager og kældre, udendørs, i industribygninger, på byggepladser m.m.
- (326) Parterne mener, at specialiseret elmateriel er en del af markedet for stikkontakter og afbrydere. Funktionsmæssigt skulle specialiseret elmateriel og standardstikkontakter og -afbrydere være identiske, idet de skal give adgang til strømkilden. Desuden skulle de to former for materiel – bortset fra modstandsdygtigheden over for aggressive påvirkninger – have fuldstændigt identiske karakteristika, og fremstillingsteknologien og -processen skulle være den samme. Endelig installeres de to former for materiel samtidigt, og installationen foretages af de samme installatører og foregår i de samme bygninger.
- (327) Det må dog konstateres, at specialiseret elmateriel imødekommer et specifikt behov og dermed ikke på efterspørgselssiden er substituerbart med standardstikkontakter og -afbrydere.

- (328) Der er heller ikke på udbudssiden substituerbarhed mellem standardstikkontakter og -afbrydere og specialiseret elmateriel. Parterne har således oplyst, at udviklingen af den specielle kapsling i sig selv repræsenterer [0-50]\*% af prisen og [0-50]\*% af den tid, det tager at udvikle en komplet serie specialiserede stikkontakter og afbrydere helt fra grunden. Legrand skulle have brugt [10-60]\* mio. EUR og næsten [1-4]\* år (inkl. forundersøgelser) på at udvikle PLEXO-serien på grundlag af eksisterende systemer, men i hvert fald [20-70]\* mio. EUR og [3-5]\* år på en komplet serie<sup>101</sup>. Ifølge Infra+, som har specialiseret sig i fremstillingen af komponenter til edb-netværk, kræver fremstillingen af en enkelt stænkstik kontakt næsten den dobbelte investering i værktøj og en udviklingstid på omkring et år<sup>102</sup>. Kommissionens rundspørge hos tredjeparter har ligeledes bekræftet, at en producent af standardstikkontakter og -afbrydere ikke kan begynde at fremstille specialiseret elmateriel uden betydelige omkostninger og lang opstartstid.
- (329) Parterne har i deres svar på meddelelsen med klagepunkter anfægtet Kommissionens analyse af spørgsmålet. De hævder, at specialiseret elmateriel supplerer de øvrige former for stikkontakter og afbrydere, og at alle serier af stikkontakter og afbrydere også omfatter en specialiseret løsning i samme design og med samme dimensioner og karakteristika.
- (330) Som hovedregel tilhører produkter, som ikke er substituerbare, men indbyrdes komplementære, ikke samme produktmarked<sup>103</sup>. Standardstikkontakter og -afbrydere og specialiseret elmateriel tjener forskelle formål, og en given installation kan enten udelukkende omfatte standardstikkontakter og -afbrydere (f.eks. i en lejlighed), eller både omfatte standardmateriel og specialiseret elmateriel (f.eks. i et hus, hvor der installeres specialiserede stikkontakter i kælderen eller udendørs), eller udelukkende omfatte specialiseret elmateriel (f.eks. i en industribygning).
- (331) Parterne hævder desuden, at alle mere kendte producenter af stikkontakter og afbrydere også markedsfører specialiseret elmateriel. Dette argument gælder muligvis for de af parterne citerede konkurrenter, men det skal dog bemærkes, at det ikke er tilfældet for Schneiders datterselskab, Sarel, som ud over andre produkter (fejlstrømsafbrydere og fastgørelses- og forgreningsmateriel) fremstiller en serie specialiserede produkter og endog i sit katalog kalder sig "specialisten i specialiseret elmateriel"<sup>104</sup>. Efterspørgslen kan således imødekommes med et helt specifikt produktudvalg.
- (332) Hertil kommer, at der i Spanien er stor forskel på de største konkurrenters andele af henholdsvis markedet for standardstikkontakter og -afbrydere og markedet for specialiseret elmateriel. Legrand er kun den næststørste med en andel på [10-20]\*% af markedet (efter Simon, der har en markedsandel på [40-50]\*%) for standardstikkontakter og -afbrydere, men er den førende på markedet for specialiseret elmateriel med en markedsandel på mindst [40-50]\*%.

---

<sup>101</sup> Svar af 10. juli 2001 på spørgsmål 15.

<sup>102</sup> Svar af 18. juni 2001.

<sup>103</sup> I Kommissionens beslutning af 28. september 1992, IV/M.256 – Linde/Fiat, som parterne citerer som støtte for deres argumentation, har Kommissionen baseret sig på overvejelser omkring komplementariteten på efterspørgselssiden og substituerbarheden på udbudssiden, men har undladt at foretage en nøjagtig afgrænsning af produktmarkedet.

<sup>104</sup> Sarels katalog 2001, s. 6.

- (333) Parterne anfægter ligeledes Kommissionens påstand om, at specialiseret elmateriel og standardmateriel ikke er substituerbart på udbudssiden, idet de hævder, at fremstilling og markedsføring af en simpel kapsling, der blot anbringes uden på stikkontakten eller afbryderen, ikke kræver omfattende teknologi, og at den af Infra+ oplyste nødvendige udviklingstid på et år for en producent af standardstikkontakter og -afbrydere, der vil gå over til at fremstille specialiseret elmateriel, er væsentlig kortere, end hvis det drejer sig om en standardserie (2-4 år).
- (334) Påstanden om, at udviklingen helt fra grunden og markedsføringen af en ny serie stikkontakter og afbrydere skulle kræve endnu længere tid end udviklingen af en serie specialiseret elmateriel på grundlag af en standardserie, ændrer dog ikke ved Kommissionens konklusion om, at der ikke er substituerbarhed på udbudssiden. En producent af et beslægtet produkt vil således ikke kunne påvirke de pågældende virksomheders konkurrencemæssige adfærd effektivt, medmindre han uden at blive påført væsentlige yderligere omkostninger eller risici kan omlægge sin produktion til det pågældende produkt og markedsføre det med kort varsel som reaktion på mindre, men vedvarende udsving i de relative priser<sup>105</sup>.
- (335) Det faktum, at der ikke er substituerbarhed på udbudssiden mellem standardmateriel og specialiseret elmateriel, illustreres desuden også af, at Schneiders spanske datterselskab, Eunea Merlin Gerin, markedsfører både serier af standardmateriel og serier af specialiseret elmateriel, men kun selv fremstiller standardstikkontakterne og -afbrydere, medens det specialiserede materiel fremstilles af Sarel i Frankrig.
- (336) Endelig citerer parterne flere tredjeparter, som Kommissionen har adspurgt i forbindelse med rundspørget, og som ifølge parterne støtter påstanden om, at specialiseret elmateriel er en del af markedet for stikkontakter og afbrydere. De tredjeparter, parterne citerer i deres svar, har imidlertid ikke anfægtet de resultater, Kommissionen nåede frem til i forbindelse med sit rundspørge, medens andre tredjeparter, bl.a. Siemens<sup>106</sup>, klart har erklæret, at disse to typer produkter ikke er substituerbare på udbudssiden.
- (337) Kommissionen konkluderer derfor, at specialiseret elmateriel udgør et særskilt relevant produktmarked.

### Kontrolsystemer

- (338) Kontrolsystemerne er de systemer, der styrer en specifik funktion i et specielt område i en bygning (f.eks. et værelse, et kontor, en etage eller en hel bygning). De tre vigtigste funktioner i denne forbindelse er opvarmning, belysning og aircondition-anlæg.
- (339) Kommissionens rundspørge har vist, at selv om de forskellige kategorier af produkter i dette segment blev betragtet som særskilte produktmarkeder, vil den anmeldte fusion ikke medføre konkurrencemæssige problemer. Det er derfor ikke nødvendigt at foretage en nøjagtig afgrænsning af det eller de relevante produktmarkeder inden for dette segment.

---

<sup>105</sup> Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret, punkt 20.

<sup>106</sup> Svar af 22. juni 2001.

## Sikrings- og beskyttelsessystemer

### *Indledning*

- (340) Sikrings- og beskyttelsessystemerne har til formål at beskytte personer og genstande ved i givet fald at udsende passende alarmsignaler eller levere nødbelysning, såfremt den pågældende sektor falder ud. De vigtigste anvendelsesformål for disse systemer er følgende:
- beskyttelse af personer: brand- og røgalarmer og nødbelysningssystemer (som omfatter uafhængige nødbelysningsenheder og nødbelysningssystemer tilsluttet centrale kilder)
  - sikring af genstande: tyverialarmer og adgangskontrolsystemer.
- (341) Ifølge parterne bør alle sikringssystemerne betragtes som udgørende et enkelt produktmarked, fordi de alle vedrører sikkerheden. De forskellige komponenter i sikringssystemerne har ifølge parterne bestemte funktioner, som alle sigter mod nogle få basisfunktioner (beskyttelse af personer eller genstande) og dermed er komplementære. Desuden skulle sammenhængen på markedet i vidt omfang være garanteret ved forskrifter og regler, der kræver brug af flere forskellige typer sikringssystemer samtidig. Dette produktmarked omfatter ifølge parterne ikke de produkter, der tager sigte på at give fysisk beskyttelse (såsom beskyttelsesdøre, branddøre m.m.) eller brandbekæmpelsessystemer m.m. (f.eks. automatiske brandslukkere). I forbindelse med rundspørget har parterne dog indrømmet, at der må sondres mellem et marked for systemer til sikring af genstande og et marked for systemer til beskyttelse af personer.
- (342) Der er i det følgende redegjort for, hvordan Kommissionens rundspørge i anden fase af proceduren viste, at der er tale om et særskilt produktmarked for nødbelysningssystemer.
- (343) Hvad angår de øvrige kategorier af sikringssystemer – nødbelysningssystemer ikke medregnet – er det ikke nødvendigt at foretage en nøjagtig afgrænsning af produktmarkedet, fordi den anmeldte fusion under ingen omstændigheder indebærer konkurrencemæssige problemer på disse områder.

### *Nødbelysning, brandalarmer og andre sikringssystemer*

- (344) Nødbelysningssystemerne skal sikre nødbelysning, såfremt sektoren falder ud, og således i givet fald gøre det muligt at evakuere personer. Der sondres mellem to forskellige løsninger inden for nødbelysningssystemer baseret på forskellige teknologier:
- Uafhængige nødbelysningsenheder, som er forsynet med egne batterier.
  - Belysningsenheder uden batterier, som er tilsluttet en central forsyningskilde, der leverer den nødvendige energi til belysningen.



- (345) Systemerne til beskyttelse af personer (som omfatter nødbelysningssystemer og brandalarmer) er ikke på efterspørgselssiden substituerbare med systemerne til sikring af genstande, eftersom de imødekommer helt forskellige behov. Systemerne til sikring af genstande anvendes således i alle aktivitetssektorer fra boliger til store kontorbygninger og installeres normalt på frivilligt grundlag, bortset fra i særligt udsatte bygninger (f.eks. banker og museer). Ifølge oplysninger fra parterne anvendes brandalarmer og nødbelysningssystemer derimod i bygninger og lokaler, hvortil offentligheden har adgang, og er som hovedregel obligatoriske. Det betyder, at systemerne til beskyttelse af personer og systemerne til sikring af genstande rent efterspørgselsmæssigt ikke kan indgå i samme produktmarked. Dette synspunkt deles af parterne.
- (346) Parterne hævder i deres svar på meddelelsen med klagepunkter, at nødbelysnings-systemerne og brandalarmsystemerne tilhører samme marked, nemlig markedet for systemer til beskyttelse af personer.
- (347) I denne forbindelse skal det understreges, at nødbelysningssystemerne opfylder en anden funktion end brandalarmsystemerne, også selv om de to systemer – som parterne anfører – supplerer hinanden, eftersom nødbelysningen tændes som supplement til det signal til evakuering, der udsendes af brandalarmsystemet, når der opstår en nødsituation. De er således ikke substituerbare på efterspørgselssiden.
- (348) Parterne fremfører dog i deres svar, at den fælles funktion for nødbelysning og brandalarmer er "beskyttelse og sikring af personer", og at disse to typer systemer desuden er komplementære. Selv om der skulle være tale om et fælles endeligt formål såsom "beskyttelse og sikring af personer", som de pågældende systemer i øvrigt deler med en lang række andre produkter og systemer, er det ikke tilstrækkeligt til at henføre disse to typer systemer til samme produktmarked. Samme konklusion må man drage vedrørende påstanden om deres komplementaritet med henvisning til ovenstående redegørelse for specialiseret elmateriel.
- (349) Det skal desuden understreges, at kun ganske få producenter har markedsandele af nogen betydning både inden for nødbelysningssystemer og inden for de øvrige kategorier af sikkerhedssystemer såsom brandalarmer. Parterne anfører ganske vist i deres svar, at mange aktører er aktive inden for begge segmenter, men de har som hovedregel meget forskellige markedsandele på de to områder. Ifølge en tredjeparts skøn er det kun Legrand blandt de fem største producenter af brand- og tyverialarmer i Frankrig, der også figurerer blandt de fem største producenter af nødbelysningssystemer. Desuden er den største konkurrent på markedet for brandalarmer både i Frankrig og i Europa, nemlig Siemens/Cerberus, slet ikke aktiv på området for nødbelysning.
- (350) Parterne fremhæver i deres svarskrivelse, at Schneider har været i stand til at øge sit salg af brandalarmsystemer efter at have udvidet sit produktudvalg med nødbelysningssystemer, og at det samme fænomen – blot omvendt – har kunnet konstateres for Cooper Frances vedkommende. Førnævnte eksempel med Siemens/Cerberus viser dog, at muligheden for samtidig at kunne tilbyde brandalarmsystemer og nødbelysningssystemer måske nok kan give en konkurrencemæssig fordel, men alligevel ikke er så afgørende, at de to typer systemer kan henføres til samme produktmarked.
- (351) Med hensyn til substitution på udbudssiden skal det understreges, at de forskellige komponenter i brandalarmsystemerne (røgdetektorer, materiel til knusning af beskyttelsesglas, centraler, lydalarmer, meldesystemer og automatisk lukning af

branddøre), tyverrisikringssystemer (bevægelsesmeldere, glasbrudsdetektorer, vibrationssensorer, magnetkontakter, centraler, sirener og telefontransmittere) og adgangskontrol (audio- og videoovervågede døre og porte, kameraer, overvågnings-skærme og kodetastaturer) under ingen omstændigheder kan substitueres med uafhængige nødbelysningsenheder (batteridrevne) eller komponenter i belysnings-systemer, der forsynes med strøm fra centrale kilder.

- (352) I denne forbindelse hævder parterne blot i deres svarskrivelse, at alle sikkerheds-systemerne opfylder samme grundlæggende principper, nemlig detektering og varsling, og at de teknologier, der anvendes ved fremstillingen af nødbelysnings-systemer og brandalarmsystemer, ligger meget tæt på hinanden. Denne påstand af mere generel karakter, som parterne i øvrigt ikke forklarer nærmere, er ikke tilstrækkelig til at konkludere, at de pågældende systemer skulle være substituerbare på udbudssiden.
- (353) Kommissionens rundspørge hos tredjeparter viste, at en producent af brand-alarmsystemer ikke kan påbegynde en produktion af nødbelysningsmateriel uden betydelige omkostninger og lang opstartstid. F.eks. har en konkurrent oplyst, at den teknologi, der anvendes til brandalarmsystemer, er meget forskellige fra den teknologi, der indgår i nødbelysningssystemer. Hvis en producent, der producerer den ene slags systemer, vil gå over til at producere den anden slags, vil det kræve omfattende investeringer og en opstartstid på ca. 18 måneder, før de første produkter ville kunne markedsføres <sup>107</sup>.
- (354) Parterne har ikke i deres svarskrivelse anfægtet denne konstatering fra Kommissionens side. De har blot hævdet, at en opstartstid på 18 måneder må anses for at være en normal udviklingscyklus for et produkt. Det giver imidlertid ikke mulighed for at foretage en omgående og effektiv substitution på udbudssiden med samme virkning som en substitution på efterspørgselssiden<sup>108</sup>.
- (355) Nødbelysning kan således ikke anses for at tilhøre samme relevante produktmarked som brandalarmer. Kommissionen konkluderer derfor, at nødbelysningssystemer bør betragtes som et særskilt produktmarked.

#### *Tilslutningsmateriel til kommunikationsnetværk*

- (356) Produktkategorien for tilslutningsmateriel til kommunikationsnetværk består ifølge parterne af passive komponenter, der er integreret i et edb-netværk i en hel bygning eller på en etage. Det drejer sig primært om de forskellige edb-konnektorer af enhver art (herunder "VDI"-stikkene), tilslutningskabler og samlebokse med dertil hørende komponenter.
- (357) Det fremgår af Kommissionens rundspørge, at selv hvis man betragter hver enkelt af de forskellige produktkategorier som et særskilt produktmarked, vil den anmeldte fusion ikke medføre konkurrencemæssige problemer. Derfor er det ikke nødvendigt at foretage en nøjagtig afgrænsning af det eller de relevante produktmarkeder for denne kategori.

---

<sup>107</sup> Cooper Menvier S.A., svar på spørgeskemaet i anden fase (segment 5) af 29. juni 2001.

<sup>108</sup> Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret, punkt 20.

### B.3.2 Geografisk afgrænsning af markederne

#### Standardstikkontakter og -afbrydere

##### *Indledning*

- (358) Ifølge parterne er markederne for salg af stikkontakter og afbrydere afgrænset nationalt. Parterne har dog i anmeldelsen gjort opmærksom på, at forskellige tendenser på disse markeder peger i retning af en øget internationalisering.
- (359) Markedernes nationale dimension er begrundet i ganske betydelige hindringer for adgangen til de forskellige nationale markeder. Disse hindringer skyldes primært den gældende lovgivning om standarder samt traditioner og præferencer (navnlig af æstetisk karakter) hos de endelige brugere og ordregiverne. Alle disse faktorer har indflydelse på den konkrete markedssituation med hensyn til de forskellige aktørers aktiviteter (producenter, distributører m.fl.), deres mærker, specifikationer for de produkter, der sælges på markedet, samt priserne.

##### *Gældende standarder*

- (360) De standarder, der gælder for stikkontakter og afbrydere, er karakteriseret ved mindre udpræget harmonisering end det øvrige elmateriel, f.eks. komponenter til eltavler.
- (361) For stikkontakter findes der, ud over konstruktionsstandarderne (f.eks. IEC 60884-1 - international standard – og HD 60884-1 – europæisk standard), der vedrører stikkontakternes ydeevne og sikkerhed, og som er medtaget i beskrivelserne af de nationale standarder, specifikke nationale standarder for udformningen. Det drejer sig om afstanden mellem de punkter, hvor den elektriske forbindelse etableres i kontakterne (stikbenene). Disse standarder er forskellige fra land til land og forventes hverken på kort eller mellemlang sigt at blive harmoniseret på internationalt eller europæisk plan.
- (362) Der opereres med tre hovedsystemer for stikben i almindelige stik inden for EØS. Den såkaldte "fransk-belgiske standard" anvendes i Frankrig, Belgien og visse områder i det nordlige Spanien. De såkaldte "Schuko-stik" anvendes i Tyskland, Norge, Sverige, Finland, Østrig, Spanien, Portugal, Nederlandene og Grækenland, og den såkaldte "British Standard" anvendes i Det Forenede Kongerige og Irland. Danmark og Italien anvender deres egne standarder, idet man dog i Italien ud over den italienske standard også anvender Schuko-stik som en slags sikkerhedsstik<sup>109</sup>.
- (363) Tabel 16 nedenfor viser de gældende standarder for stikben i EØS-landene og de officielle nationale standarder:

---

<sup>109</sup> Det drejer sig om en anden tilslutning end standardtilslutningen, som isolerer et tilslutningspunkt og har til formål at forhindre tilslutning af bestemte apparater, som vil kunne sende forstyrrelse ind i den pågældende strømkreds.

**TABEL 16**

Land	Gængs betegnelse	National standard
Belgien	Fransk-belgisk	NBN 61112
Tyskland	Schuko	VDE 0624
Danmark	Dansk	DK 107-2-D1
Spanien	Schuko	UNE 20-315-94
Frankrig	Fransk-belgisk	NF C 61-303/320
Finland	Schuko	
Grækenland	Schuko	ELOS 294
Italien	Italiensk	CEI 23-16
Irland	Britisk	IS 180
Luxembourg	Schuko	
Nederlandene	Schuko	NEN 1020
Portugal	Schuko	NP 1260
Det Forenede Kongerige	Britisk	BS 1363
Norge	Schuko	NEMKO 31/68
Sverige	Schuko	SEMKO 107

*Kilde:* Parterne.

- (364) Forskellen med hensyn til gældende standarder for stikben i EØS-landene betyder, at stik fra det ene system ikke kan anvendes i et land, som benytter en anden standard.
- (365) Derimod har påstanden om, at tilstedeværelsen af forskellige standarder inden for en medlemsstat skulle indebære en yderligere geografisk opdeling af det nationale marked, ikke kunnet verificeret. I to EØS-lande, Spanien og Italien, findes der således to parallelle standarder, men i begge landene er den ene standard langt mere fremherskende end den anden (for Italiens vedkommende er det standarden IEC 23-16 med 92%, og for Spaniens vedkommende er det Schuko-standardens med 95%), idet den anden standard enten er begrænset til helt specifikke anvendelsesformål (i Italien anvendes Schuko-stikket som sikkerhedsstik i hele landet) eller kun anvendes i grænseområderne (den fransk-belgiske standard i Spanien).
- (366) Som det er tilfældet med de øvrige produkter inden for lavspændingsforsyning, skal stikkontakter og afbrydere for at kunne markedsføres i praksis have en overensstemmelsesgodkendelse med et nationalt kvalitetsmærke, der efter anmodning fra producenten udstedes af det nationale certificeringsorgan med kompetence på området. Ifølge parterne tager det mellem [2-7]\* måneder og koster ca. [1 000 - 5 000]\* EUR pr. varenummer at opnå et kvalitetsmærke første gang i et land. Såfremt der foreligger en aftale om gensidig anerkendelse mellem de berørte certificeringsorganer, opnås kvalitetsmærkerne i de øvrige lande ved en administrativ procedure, uden at der kræves yderligere afprøvninger. For stikkontakter findes der imidlertid kun aftaler om gensidig anerkendelse inden for de områder, der anvender samme standard (f.eks. Schuko-zonen)<sup>110</sup>.

<sup>110</sup> Parternes svar af 21. juni 2001, spørgsmål 149.

## *Design*

- (367) Kommissionens rundspørge har desuden vist, at stikkontaktens og afbryderens design (udseende og fysisk udformning) varierer mellem medlemsstaterne. Eftersom stikkontakter og afbrydere er de vigtigste synlige dele af elinstallationen, har nationale traditioner og præferencer en afgørende indflydelse på brugernes valg. F.eks. er det særlige design, LK (Schneiders/Lexels datterselskab) har udviklet i Danmark, stort set det eneste, der sælges i landet, fordi det betragtes som værende i overensstemmelse med dansk designtradition.

## *Telefon- og tv-stik*

- (368) For de traditionelle telefonstiks vedkommende er det tidligere forklaret, at de adskiller sig fra andre stik ved at skulle opfylde en række specifikationer, der er fastlagt af de nationale teleselskaber. Der er derfor forskel mellem medlemsstaterne på, hvordan disse stik er konfigureret. Desuden indgår de i serier, som rent designmæssigt og æstetisk (form, farve) er udformet for at imødekomme nationale præferencer.
- (369) Tv-stik er ligeledes integreret i de serier, der er udviklet for at imødekomme specifikke nationale præferencer. Selv om tv-stikbenene er standardiseret i henhold til standarderne EN 50083-1, EN 50083-4 og EN 50083-7 på europæisk plan, findes der forskellige nationale standarder for stikdåser<sup>111</sup>.

## *Aktører og mærker på markedet*

- (370) Forskellene med hensyn til standarder og præferencer for design resulterer også i betydelige forskelle i aktørernes markedsandele og priserne på deres produkter i de forskellige medlemsstater.
- (371) Først og fremmest er der stor forskel på producenternes markedsandele i EØS-landene. Således har Legrand ganske betydelige markedsandele i Frankrig, Italien, Grækenland og Portugal og lidt mindre i Østrig, Belgien, Spanien, Irland og Det Forenede Kongerige. Til gengæld er Legrand stort set ikke repræsenteret på det tyske og det nederlandske marked og i de nordiske lande.
- (372) Schneider står via sit datterselskab, Lexel, meget stærkt i de nordiske lande men har langt mindre markedsandele i de fleste andre medlemsstater, navnlig Østrig, Belgien, Tyskland, Spanien, Frankrig og Grækenland, og er slet ikke repræsenteret på det irske og det nederlandske marked.
- (373) Af parternes største konkurrenter er det kun ABB, der er tilstrækkeligt stærkt placeret i hovedparten af medlemsstaterne (men ikke i Belgien, Danmark, Frankrig, Grækenland, Portugal og Det Forenede Kongerige). Siemens opererer i tre medlemsstater (Østrig, Tyskland og Grækenland). Hager gør sig kun gældende i Det Forenede Kongerige. Alle de øvrige aktører på de forskellige markeder er lokale producenter, som ikke desto mindre kan have ganske betydelige markedsandele i deres respektive lande (f.eks. Niko i Belgien eller Simon i Spanien).

---

<sup>111</sup> Parterne har oplyst følgende standarder (svar af 10. juli 2001 på spørgsmål 10): TAE i Tyskland, TDO i Østrig, RTT i Belgien, RITA i Portugal, RJ 12 i Spanien, RJ 11 i Grækenland og Italien og BS i Det Forenede Kongerige.

- (374) En og samme producents tilstedeværelse på forskellige nationale markeder er dog ikke ensbetydende med ensartede konkurrencevilkår. I realiteten er en producent i mange tilfælde repræsenteret med forskellige mærker, som f.eks. tilhører lokale firmaer, der på et givet tidspunkt er blevet overtaget af en international koncern. Således skyldes Schneiders tilstedeværelse på markedet for stikkontakter og afbrydere primært datterselskabet Lixel, som blev overtaget i 1999, og som igen opererer gennem lokale datterselskaber som Alombard (Frankrig), Eljo (Svering), Strömfors (Finland) m.fl. Legrand opererer under mærket Legrand i Frankrig, Belgien og Italien. Produkterne fra Legrands italienske datterselskab, Bticino, sælges under dette mærke i Italien og i mindre grad også i Frankrig og visse andre lande. ABB benytter ud over ABB-mærket lokale mærker i Tyskland (BJE), Spanien (Niessen) og Italien (Vimar).
- (375) Med hensyn til de producenter af tv-stik, som ikke er aktive inden for stærkstrømsmateriel, tyder oplysninger fra parterne på, at deres tilstedeværelse på markedet ligeledes varierer ganske meget fra land til land, selv om der ud over de lokale aktører kan nævnes en række virksomheder, som opererer på flere eller hovedparten af de nationale markeder (som Philips, Kathrein, Hirschmann og Triax).
- (376) En endnu mere udpræget opsplitning kan konstateres i distributionsleddet. Som tidligere nævnt er grossisterne, der står for distributionen af langt størstedelen af stikkontakter og afbrydere, organiseret nationalt, i visse tilfælde endog regionalt eller lokalt.

#### *Varenumre og priser*

- (377) Hvad angår de produkter, der rent faktisk sælges, fremgår det af oplysninger fra parterne, at der inden for hver produktkategori er stor forskel på, hvilke varenumre der er Schneiders og Legrands mest solgte i de forskellige medlemsstater. Ganske mange af de mest solgte varenumre i en given medlemsstat kan slet ikke købes i de øvrige medlemsstater eller kun i nogle få af dem. Schneider har således ikke kunnet angive et varenummer, som figurerer blandt de fem mest solgte i mere end én medlemsstat, og har begrundet dette forhold med "lokale præferencer"<sup>112</sup>. Legrand nævner i alt 150 varenumre på stikkontakter, afbrydere og lysdæmpere (herunder også special-isoleret materiel), som figurerer blandt de fem mest solgte varenumre i mindst én medlemsstat, og hvoraf kun to varenumre er blandt de fem mest solgte i tre forskellige lande, medens otte varenumre figurerer blandt de mest solgte i to lande<sup>113</sup>. Det skal dog understreges, at ingen af de nævnte varenumre sælges i Frankrig, som er det marked, hvor Legrand står stærkest.
- (378) Priserne på de pågældende produkter varierer betydeligt fra land til land, som det fremgår af tabel 17 nedenfor, der viser de af parterne oplyste gennemsnitspriser på forskellige varenumre:

**TABEL 17**

Spanien	100
Portugal	***

<sup>112</sup> Jf. tabel vedføjet som bilag til svar af 21. juni 2001 på spørgsmål 139.

<sup>113</sup> Jf. "Annexe LPR", der er fremsendt som svar på spørgsmål 139 i spørgeskema af 6. april 2001.

Frankrig	
Italien	****
Det Forenede Kongerige	****

Salgspris i Spanien i 2000 = 100.

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (379) Der er i ovenstående tabel ikke taget hensyn til, at hovedparten af de varenumre, der rent faktisk sælges i de forskellige EØS-lande, ikke er identiske. En sammenligning af priserne på de varenumre, der sælges i flere medlemslande, viser dog, at der er tale om betydelige prisforskelle. F.eks. kan der konstateres følgende forskelle i gennemsnitsnettopriserne på de varenumre på stikkontakter og afbrydere fra Legrand, som figurerer blandt de fem mest solgte varenumre i mere end én medlemsstat<sup>114</sup>:

**TABEL 18**

Varenummer	Land, hvor prisen er højest	Land, hvor prisen er lavest	Prisforskel (%)
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

### *Konklusion*

- (380) De relevante markeder for salget af stikkontakter og afbrydere må altså afgrænses nationalt.

### *Specialiseret elmateriel*

- (381) Ifølge parterne, som medregner specialiseret elmateriel til markedet for standardstikkontakter og -afbrydere, er det geografiske marked nationalt. Det er korrekt, at markedet for specialiseret elmateriel rent geografisk bør afgrænses nationalt; begrundelsen er i vidt omfang den samme, som gælder for markedet for standardstikkontakter og -afbrydere.
- (382) Det skal desuden nævnes, at installationsmæssige traditioner og normer i medlemsstaterne varierer. Visse steder kræves det f.eks., at materiellet monteres uden på mur eller væg, i andre tilfælde skal det være indfældet, og der kræves forskellige IP-klasser

<sup>114</sup> Kilde: "Annexe LPR" (se fodnote 113).

(indikator for kapslingens tæthed) til samme anvendelsesformål i forskellige lande. I samme slags lokaler anvendes der således normalt kapslingsklasse IP 55 i Frankrig, kapslingsklasse IP 44 i Schuko-zonen og IP 56 i British Standard-zonen, idet det højeste IP-tal angiver den "tætteste" kapsling. Disse forskellige traditioner og normer indebærer, at produkter, der fremstilles til markedet i et land, hvor der accepteres en lavere kapslingsklasse, ikke kan sælges i et land, hvor der kræves en højere kapslingsklasse, medens produkter med højere kapslingsklasser kan være for dyre til at kunne markedsføres i større målestok i et land, hvor der kun kræves en lavere kapslingsklasse.

- (383) Der er således stor forskel på de produkter, der sælges i de forskellige standardzoner. Af Legrands fem mest solgte varenumre i Tyskland (som anvender Schuko-stik), er de fire også blandt de fem mest solgte varenumre i Østrig (hvor man også anvender Schuko-stik), men ingen af dem er blandt de mest solgte varenumre i Frankrig og Det Forenede Kongerige, hvor der kræves en væsentligt højere kapslingsklasse.
- (384) I det omfang, de samme varenumre sælges i flere lande, varierer priserne ganske betydeligt. Nedenstående tabel viser f.eks., til hvilke priser Legrands fem mest solgte varenumre i Frankrig sælges i de øvrige medlemsstater, hvor disse varenumre figurerer blandt de fem mest solgte:

**TABEL 19**

Varenummer (pris i EUR)	B	E	F	I	IRL	L	P
[...]* Gennemsnitssalgpris			*	*		*	
[...]* Gennemsnitssalgpris		*	*		*		*
[...]* Gennemsnitssalgpris		*	*				*
[...]* Gennemsnitssalgpris	*		*			*	
[...]* Gennemsnitssalgpris			*				

Kilde: Oplysninger fra parterne.

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

### Nødbelysningsystemer

- (385) Ifølge parterne er markedet for sikkerheds- og beskyttelsessystemer europæisk dækkende eller muligvis endnu større. Parterne forklarer, at disse systemer imødekommer konstante behov i Europa og i øvrigt i alle udviklede lande. De virksomheder, som beskæftiger sig med sikkerhed, skulle være aktive i flere europæiske lande, og lovgivningen på området skulle også være meget ensartet og sammenfaldende mellem landene.
- (386) Det skal dog bemærkes, at produkter til nødbelysning er installeret i lokaler og på steder, hvor offentligheden har adgang. De er således undergivet de nationale regler og forskrifter om offentligt tilgængelige bygninger, som i hvert fald i visse lande indebærer afvigelser fra de gældende harmoniserede standarder.
- (387) Den gældende europæiske standard for nødbelysning er standarden EN 60598-2-22, som er baseret på den internationale standard IEC 60598-2-22 og gældende i samtlige



EØS-lande. I Frankrig er der dog en national undtagelse, som er nævnt i den europæiske standard. Denne undtagelse er resultatet af "arrêté" af 2. oktober 1978 om bygninger og lokaler og vedrører materiellets reaktion på temperatur, placeringen i forhold til andet elmateriel og uafhængighed af forsyningkredsene<sup>115</sup>.

- (388) Ligesom for andre lavspændingsprodukter findes der kvalitetsmærker, der udstedes af nationale certificeringsorganer. Men i modsætning til de øvrige nævnte produkter er dette mærke obligatorisk i visse medlemsstater, heriblandt Frankrig. Det medfører i Frankrig omkostninger til erhvervelse af kvalitetsmærket på ca. [1 000 - 8 000]\* EUR, og det tager [1-12]\* måneder, medmindre produktet i forvejen er blevet certificeret af et kompetent organ i en anden medlemsstat, som er med i "Cenelec Certification Agreement"<sup>116</sup>. For statens bygninger i Belgien udsteder Indenrigsministeriets Bygningsstyrelse en godkendelse i henhold til en særlig bygningsvedtægt. Parterne har oplyst, at det koster [1 000 – 5 000]\* EUR at opnå denne godkendelse, og at det tager [1-12]\* måneder<sup>117</sup>.
- (389) Parterne erkender desuden, at der er forskel mellem medlemsstaterne med hensyn til præferencer og installationstraditioner og -normer for nødbelysningsystemer. Disse forskelle drejer sig f.eks. om forsyningsspændinger, og hvor længe belysningsenhederne skal kunne fungere uafhængigt. Det medfører, at der opereres med forskellige specifikationer.
- (390) Producenternes markedspositioner på de forskellige nationale markeder for nødbelysning varierer ganske meget. Legrand har med sine datterselskaber URA og Lumatic en markedsandel på [60-70]\*% i Frankrig ([70-80]\*% ifølge et internt dokument fra salgsafdelingen), [30-40]\*% i Spanien, [10-20]\*% i Portugal og [10-20]\*% i Belgien. I alle de øvrige lande er Legrands markedsandel under [10-20]\*%. Schneider har kun betydning på det franske marked (en markedsandel på [0-10]\*%).
- (391) Navnene på de øvrige konkurrenter og størrelsen af deres markedsandele varierer også fra land til land. Kun Cooper/Menvier (der opererer i Østrig, Belgien, Portugal og Det Forenede Kongerige), Zemper (Spanien og Portugal) og Beghelli (Østrig, Belgien og Italien) giver parterne nogen konkurrence af betydning i flere medlemsstater<sup>118</sup>.
- (392) Legrand sælger sine nødbelysningsprodukter gennem engrosledet, hvilket bidrager yderligere til den nationale opdeling af markederne<sup>119</sup>.
- (393) Hvis en producent overhovedet opererer på forskellige nationale markeder, er der også forskel på de produkter, han sælger på disse markeder. Blandt de fem mest solgte varenumre inden for uafhængige nødbelysningsenheder i Frankrig er der kun to, der figurerer blandt Legrands fem mest solgte varenumre i et andet EØS-land, nemlig varenummer [...] i Østrig og Portugal. Disse to varenumre sælges imidlertid til en højere pris i [...] end i de to andre lande, som det fremgår af følgende tabel:

---

<sup>115</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på spørgsmål 187.

<sup>116</sup> Jf. ovenfor, betragtning 61.

<sup>117</sup> Parternes svar af 21. juni 2001 på spørgsmål 187.

<sup>118</sup> Parternes svar af 10. juli 2001 på spørgsmål 31.

<sup>119</sup> Jf. ovenfor, betragtning 202-210.

**TABEL 20**

Varenummer (pris i EUR)	A	F	P
[...]* Gennemsnitssalgspris	**	**	**
[...]* Gennemsnitssalgspris	**	**	**

Kilde: Parterne.

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (394) Kommissionen må derfor konkludere, at det relevante geografiske marked for salget af nødbelysningsystemer er afgrænset nationalt, i hvert fald for det franske markeds vedkommende.

#### B.4 Fastgørelses- og forgreningsmateriel

##### B.4.1 Afgrænsning af produktmarkederne

- (395) Parterne afgrænser et produktmarked, der omfatter det fastgørelses- og forgreningsmateriel, som anvendes mellem gruppetavlen og det tilsluttede udstyr. Dette produktmarked omfatter ifølge parterne følgende produktkategorier:

- indmuringsdåser, hvori de elforsyningskabler, der løber i væggene, tilsluttes stikkontakter og afbrydere på væggene. Parterne oplyser, at disse dåser kan være vidt forskellige afhængigt af væggenes art (beton, træskillevæg, muret væg)
- forgreningsdåser, der beskytter kabelsamlingerne
- forgreningsgitre, der anvendes til kabelforgreninger
- samlemuffer, der anvendes til at samle ledninger og kabler
- kabeldækjern, der anvendes til at beskytte kabelføringer
- kabelbindere, der er tilbehør til fastgørelsesmateriellet
- kabelsko, der anvendes til at fastgøre et bundt kabler til det bærende underlag eller til hinanden
- kabelrør, som kablerne løber igennem, og som beskytter dem
- tilbehør til at fastgøre kabelrørene på mure og vægge.

- (396) Parterne mener, at disse produkter udgør ét og samme produktmarked, fordi de alle er beregnet til at organisere kabelinfrastrukturen i en elektrisk installation mellem gruppetavlen og monteringsmateriellet (stikkontakter, afbrydere m.m.). Dvs. at disse produkter, der findes i alle elektriske installationer, anvendes til fremføring og samling af de kabler, der indgår i de elektriske installationer, og til at beskytte disse kabler<sup>120</sup>. Parterne tilføjer, at produkterne er substituerbare på udbudssiden. De skulle være baseret på de samme grundteknologier inden for støbning, ekstrudering, udstansning

<sup>120</sup> Parternes svar på spørgsmål 238 og 240 i spørgeskema af 6. april 2001.

og afdrejning og fremstilles ifølge parterne i én enkelt produktionsproces og med forholdsvis billige produktionsmidler<sup>121</sup>. Parterne hævder, at det forhold, at der anvendes beslægtede teknologier til fremstillingen af de forskellige former for fastgørelses- og forgreningsmateriel, betyder, at en virksomhed, som i forvejen fremstiller nogle af produkterne, let vil kunne starte en produktion af andre produkter i kategorien<sup>122</sup>.

- (397) Det er imidlertid ikke nødvendigt at foretage en nøjagtig afgrænsning af produktmarkedet for salg af fastgørelses- og forgreningsmateriel i det foreliggende tilfælde, fordi den anmeldte fusion indebærer samme konkurrencemæssige problemer, uanset hvilken markedsafgrænsning der vælges.

#### B.4.2 Geografisk afgrænsning af markederne

- (398) Parterne tager ikke entydigt stilling til den geografiske afgrænsning af markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel. De anfører således i formular CO, at dette marked ikke kan afgrænses rent nationalt. Det fremgår af nedenstående argumentation og af de mere generelle overvejelser, der er gjort rede for i det foranstående i forbindelse med eltavler<sup>123</sup>, at det pågældende produktmarked netop er afgrænset nationalt.

#### Nationale specifikationer ved siden af de internationale standarder for indmurings- og forgreningsdåser

- (399) For indmurings- og forgreningsdåser gælder standarden IEC 60 670, som fastsætter generelle regler for kapslingerne til elmateriel i faste installationer til brug i private boliger o.lign. Parterne forklarer dog, at denne standard ikke fastsætter specifikationer for de pågældende dåsers dimensioner. Dimensionerne bestemmes i realiteten af de nationale standardiseringsorganer, hvilket medfører forskelle mellem landene. Disse organer fastsætter således, hvilke dimensioner de forskellige indmurings- og forgreningsdåser skal have, som regel afhængigt af den fremherskende byggemåde i den enkelte medlemsstat. Det drejer sig navnlig om karakteren af de anvendte byggematerialer, samt murenes og skillevæggenes kvalitet og beskaffenhed (beton, mursten, puds, træskillevægge m.m.). Parterne anfører dog, at visse grupper af lande, f.eks. de nordiske lande, har vedtaget fælles dimensioner. Endelig er Frankrig det eneste land, som ikke foreskriver bestemte dimensioner på indmurings- og forgreningsdåser<sup>124</sup>.

#### Nationale kvalitetsmærker ved siden af de internationale standarder for flere kategorier af fastgørelses- og forgreningsmateriel

- (400) Der findes i de forskellige EØS-lande nationale kvalitetsmærker for flere kategorier af fastgørelses- og forgreningsmateriel. De nationale kvalitetsmærker, som udstedes af uafhængige nationale certificeringsorganer, giver forbrugerne garanti for, at det pågældende produkt er i overensstemmelse med de tekniske krav, der er fastsat i henhold til de gældende standarder. Disse tekniske krav kan hidrøre direkte fra en

---

<sup>121</sup> Parternes svar på spørgsmål 240 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>122</sup> Parternes svar på spørgsmål 242 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>123</sup> Betragtning 202-210.

<sup>124</sup> Parternes svar af 11. juli 2001 på Kommissionens henvendelse af 6. juli 2001.

europæisk standard eller indirekte via en national standard, der gennemfører den internationale standard i det pågældende land, eller de kan hidrøre fra en national standard, som er helt uafhængig af alle internationale standarder. Producenterne kan selv vælge, om de ønsker at opnå disse nationale kvalitetsmærker, men parterne erkender, at der i flere lande er en absolut forretningsmæssig fordel forbundet med disse mærker for fastgørelses- og forgreningsmateriel, det gælder navnlig i Tyskland, Frankrig og Italien<sup>125</sup>.

(401) Parterne har således opnået kvalitetsmærker for følgende produkter:

- for flere varenumre på indmuringsdåser, som parterne markedsfører<sup>126</sup>: OVE (Østrig) og CEBEC (Belgien)
- for samlemuffer: NF (Frankrig), KEMA (Nederlandene), VDE (Tyskland), IMQ (Italien), AENOR (Spanien), CEBEC (Belgien)<sup>127</sup>
- for kabelrør: NF USE (Frankrig), der udstedes af LCIE<sup>128</sup>

*Stor forskel på, hvilke varenumre for fastgørelses- og forgreningsmateriel der er de mest solgte i de enkelte medlemsstater*

(402) Schneider forklarer mere generelt, at for så vidt angår fastgørelses- og forgreningsmateriel, kan forskellen med hensyn til de fem mest solgte varenumre i de enkelte lande tilskrives lokale installationstraditioner og -normer<sup>129</sup>. Desuden forhandler de forskellige virksomheder i Schneider-koncernen, som opererer på det pågældende marked, f.eks. Alombard og Sarel, normalt kun disse produkter i en enkelt medlemsstat. De sammenligninger, der er foretaget i det følgende, vedrører derfor primært Legrand-koncernens produkter.

*Indmuringsdåser*

(403) Parterne forklarer, at der er stor forskel mellem medlemstaterne på, hvilke varenumre for disse produkter der er de mest solgte<sup>130</sup>. Det fremgår således af oplysninger fra Legrand, at listen over de fem mest solgte varenumre for indmuringsdåser varierer ganske betydeligt fra land til land, og at det kun er ganske få varenumre, der er blandt de fem mest solgte i mere end tre medlemsstater. Når Legrand fremlægger en liste med de fem mest solgte varenumre for indmuringsdåser i 11 EØS-lande i 2000<sup>131</sup>, omfatter denne liste således 37 varenumre. Af disse 37 varenumre går tre varenumre igen i fire lande (men ingen i mere end fire lande), og tre varenumre går igen i tre lande.

---

<sup>125</sup> Svar på spørgsmål 246 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>126</sup> Bilag til parternes svar på spørgsmål 66 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>127</sup> Parternes svar af 20. juli 2001 på Kommissionens henvendelse af 3. juli 2001.

<sup>128</sup> Parternes svar af 20. juli 2001 på Kommissionens henvendelse af 3. juli 2001.

<sup>129</sup> "General Comment" til bilaget til Schneiders svar på spørgsmål 139 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>130</sup> Parternes svar på spørgsmål 244 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>131</sup> Bilag til Legrands svar på spørgsmål 139 i spørgeskema af 6. april 2001.

### *Forgreningsgitre*

- (404) Parterne forklarer, at forgreningsgitre er produkter, som næsten udelukkende anvendes i Frankrig og nogle få andre lande<sup>132</sup>. Det fremgår af et internt dokument fra Legrand<sup>133</sup>, at virksomheden, som opererer på markedet for forgrenings- og fastgørelsesmateriel i syv medlemsstater, i 2000 kun markedsførte denne type produkter i fire medlemsstater, nemlig Frankrig, Tyskland, Østrig og Irland<sup>134</sup>.

### *Kabelrør*

- (405) Parterne forklarer, at diameteren på de rør, der anvendes udendørs, varierer fra land til land. Det indebærer, at også diametrene på det materiel, der anvendes til at fastgøre rørene, varierer fra land til land. Parterne tilføjer, at man i visse medlemsstater anvender metalrør, medens man i andre foretrækker PVC-rør<sup>135</sup>.

### *Kabelsko*

- (406) Det fremgår af oplysninger fra Legrand, at listen over de fem mest solgte varenumre for kabelsko varierer ganske betydeligt fra land til land, og at det er sjældent at finde et varenummer, der figurerer på listen i mere end tre medlemsstater. Når Legrand fremlægger listen over de fem mest solgte varenumre for kabelsko i 15 EØS-lande<sup>136</sup> omfatter denne liste 39 varenumre. Af disse 39 varenumre figurerer kun to varenumre i fire lande (og ingen af dem i mere end fire lande), medens seks af disse varenumre figurerer i to lande.
- (407) Desuden forklarer parterne, at der for kabelskos vedkommende findes en særlig type med betegnelsen "Colson", som anvendes langt mere i visse EØS-lande, navnlig Frankrig, end i andre. Det særlige ved dette produkt er dets høje kvalitet (vejrbestandighed og stor hæfteevne), fordi det er fremstillet af et mere modstandsdygtigt plastmateriale, men også langt dyrere end det, der anvendes til almindelige kabelsko. Den særligt udbredte anvendelse i Frankrig af Colson-kabelsko skyldes, at EDF begyndte at anvende dem til sine egne kabler, fordi omkostningerne ved at rykke ud til afsides liggende steder i tilfælde af ødelagte kabelsko var uacceptabelt høje<sup>137</sup>.

### *Betydelige prisforskelle mellem medlemsstaterne*

- (408) Kommissionen har for hver af hovedkategorierne af fastgørelses- og forgreningsmateriel anmodet parterne om for hvert af de fem mest solgte varenumre i en medlemsstat at få oplyst den gennemsnitlige salgspris på de pågældende produkter i alle de lande, hvor de pågældende varenumre markedsføres<sup>138</sup>. I de tilfælde, hvor de

---

<sup>132</sup> Parternes svar på spørgsmål 244 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>133</sup> Bilag til Legrands svar på spørgsmål 139 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>134</sup> Bilag til Legrands svar på spørgsmål 139 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>135</sup> Parternes svar på spørgsmål 244 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>136</sup> Bilag til Legrands svar på spørgsmål 139 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>137</sup> Parternes svar af 25. juni 2001 på Kommissionens henvendelse af 21. juni 2001.

<sup>138</sup> Bilag til parternes svar på spørgsmål 245 i spørgeskema af 6. april 2001.

samme varenumre går igen blandt de fem mest solgte varenumre i mere end ét land, er der stor forskel på salgspriserne.

- (409) Under alle omstændigheder hidrører en meget stor del af Legrands salg af de enkelte kategorier af fastgørelses- og forgreningsmateriel fra disse varenumre. De er således repræsentative for de pågældende produktkategorier.

### *Indmuringsdåser*

- (410) Tabel 21 nedenfor viser salgsprisen i EUR for hver af de varenumre for indmuringsdåser fra Legrand, som figurerede blandt de fem mest solgte i mindst to medlemsstater i 1999.

**TABEL 21**

Varenummer	D	DK	B	F	EL	NL	P	E	UK
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: FR=100)				(100)	**				
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: D=100)	(100)					**			***
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: D=100)	(100)					**			
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: D=100)	(100)	***							***
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: DK=100)		(100)	**				**		
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: B=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: B=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Gennemsnitssalgpris (Prisgrundlag: D=100)	(100)				*	**		*	

Kilde: Parterne

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (411) Med undtagelse af varenummer [...] er prisforskellene mellem medlemsstaterne meget store for langt hovedparten af varenumrene for indmuringsdåser fra Legrand. Hvis man kun sammenligner nabolande eller nærliggende lande, er resultatet følgende:

- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*%
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*%

- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*%
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [50-100]\*%
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [50-100]\*%

### Kabelsko

(412) Tabel 22 nedenfor viser salgsprisen i EUR for hvert af de varenumre for kabelsko fra Legrand, som var blandt de fem mest solgte i mindst to medlemsstater i 2000.

**TABEL 22**

Varenummer	A	B	D	DK	E	F =100	UK	EL	IRL	NL	P
[...]* Gennemsnitssalgsspris			***			(100)					
[...]* Gennemsnitssalgsspris			***	****		(100)	****	***			
[...]* Gennemsnitssalgsspris		***	**	***	**	(100)	****	****			
[...]* Gennemsnitssalgsspris				***	**	(100)					

Kilde: Parterne

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

(413) Der er tale om særdeles store prisforskelle mellem medlemsstaterne for langt hovedparten af varenumrene på kabelsko fra Legrand. Hvis man kun ser på forskellene mellem nabolande eller nærtliggende lande, er resultatet følgende:

- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*%
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*% mellem [...] og [...], en forskel på [0-50]\*% mellem [...] og [...] og en forskel på [0-50]\*% mellem [...] og [...]
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*%
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*%
- varenummer [...] (som ikke figurerer i tabel 20) sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [0-50]\*%

### Forgreningsgitre

- (414) Det fremgår af oplysninger fra Legrand<sup>139</sup>, at virksomheden i 2000 markedsførte forgreningsgitre i fire medlemsstater. Nedennævnte varenumre var blandt de fem mest solgte i disse medlemsstater i 2000. Der er således tale om varenumre, der tegner sig for en væsentlig del af salget af forgreningsgitre, og som derfor er repræsentative for hele kategorien.
- (415) I 2000 blev Legrands produkt med varenummer [...] og betegnelsen "[...]" solgt til en gennemsnitsenhedspris på:
- [90-130]\* EUR i Frankrig
  - [290-330]\* EUR i Østrig
  - [340-380]\* EUR i Irland.
- (416) I 2000 blev Legrands produkt med varenummer [...] og betegnelsen "[...]" solgt til en gennemsnitsenhedspris på [...] EUR i [...], medens det blev solgt til gennemsnitsenhedspris på [...] EUR i [...] samme år, dvs. en forskel på [50-100]\*%.
- (417) Legrands produkt med varenummer [...] og betegnelsen "[...]" blev i 2000 solgt til en gennemsnitsenhedspris på [...] EUR i [...], medens det blev solgt til en gennemsnitsenhedspris på [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [250-300]\*%.

### Kabeldækjern

- (418) Tabel 23 nedenfor viser salgsprisen i EUR for de varenumre på kabeldækjern fra Legrand, som var blandt de fem mest solgte i mindst to medlemsstater i 1999.

**TABEL 23**

Varenummer (pris i EUR)	D	A	B	DK	E	F = 100	EL	FIN
[...]* Gennemsnitssalgpris	*****		9*			(100)		11*
[...]* Gennemsnitssalgpris			8*			(100)		11*
[...]* Gennemsnitssalgpris	****	*****	*****	***	7*	(100)	*****	11*
[...]* Gennemsnitssalgpris	****	*****	*****		7*	(100)	*****	7*

Kilde: Parterne

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (419) Prisforskellene mellem medlemsstaterne er ganske store for langt størsteparten af de varenumre på kabeldækjern, der markedsføres af Legrand. Hvis man kun ser på forskellene mellem visse nabolande, er resultatet følgende:

<sup>139</sup> Bilag til Legrands svar på spørgsmål 139 i spørgeskema af 6. april 2001.



- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...], for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [50-100]% mellem [...] og [...], [50-100]% mellem [...] og [...] og [300-350]% mellem [...] og [...]
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [50-100]%
- varenummer [...] sælges for [...] EUR i [...] og for [...] EUR i [...], dvs. en forskel på [50-100]%.

Ingen andre end parterne opererer i mere end én medlemsstat, og deres markedsandele i de forskellige medlemsstater er asymmetriske

- (420) Det ser ud til, at kun meget få af de virksomheder, der er aktive på markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel, opererer i flere medlemsstater. Det fremgår af dokumenter, som parterne har fremsendt<sup>140</sup>, at kun Schneider og Legrand markedsfører disse produkter i mere end ét EØS-land. Schneider opererer således i seks EØS-lande (Danmark, Finland, Frankrig, Italien, Sverige og Norge), medens Legrand opererer i syv lande (Spanien, Frankrig, Italien, Irland, Nederlandene, Portugal og Det Forenede Kongerige). Parternes største konkurrenter, Hager, Siemens, ABB og Gewiss, opererer kun i en enkelt medlemsstat, selv om det – i hvert fald for de tre sidstnævnte vedkommende – drejer sig om store koncerner, der er etableret i mange EØS-lande.
- (421) Det fremgår desuden af parternes oplysninger om deres markedsandele<sup>141</sup>, at de varierer meget mellem de enkelte medlemsstater, hvori de er aktive. Schneider har således en markedsandel på [20-30]% i Frankrig, men kun [0-10]% i Italien. Tilsvarende har virksomheden en markedsandel på [60-70]% i Norge, men kun [30-40]% i Sverige. Legrand har en markedsandel på [50-60]% i Frankrig, men kun [10-20]% i Italien og [10-20]% i Spanien. Parterne oplyser også, at der på markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel ofte er konkurrence fra små og mellemstore nationale virksomheder, som kan have ganske store lokale markedsandele<sup>142</sup>

Distributionen af fastgørelses- og forgreningsmateriel er organiseret nationalt

- (422) Parterne forklarer, at gennemsnitligt ca. 90% af omsætningen hos producenterne af fastgørelses- og forgreningsmateriel hidrører fra salget til grossister<sup>143</sup>.
- (423) Som tidligere nævnt er relationerne mellem producenter og grossister af elmateriel organiseret nationalt, også selv om der er tale om europæisk dækkende producenter og grossister. Det samme gælder for fastgørelses- og forgreningsmateriel. Distributionen af disse produkter er ligeledes organiseret nationalt.

---

<sup>140</sup> Bilag 16 til formular CO.

<sup>141</sup> Bilag 16 til formular CO.

<sup>142</sup> Parternes svar af 16. juli 2001 på Kommissionens henvendelse af 3. juli 2001.

<sup>143</sup> Formular CO, s. 102.

## Konklusion

- (424) Konklusionen er, at det relevante geografiske marked for salget af fastgørelses- og forgræningsmateriel er afgrænset nationalt. Parterne har da heller ikke i deres svarskrivelse anfægtet denne konklusion.

### *B.5 Transformere- og strømforsyninger*

#### B.5.1 Afgrænsning af produktmarkederne

- (425) Transformere og strømforsyninger anvendes sammen med lavspændingsudstyr til at styre automatikken i maskiner, der anvendes i industriprocesser og bygninger. Materiellet leverer spændinger og strøm, der er tilpasset kontroldelen og effekten i automatikudstyret. Automatikken skal således af sikkerhedshensyn være isoleret fra hovednettet og kræver i mange tilfælde andre forsyningssspændinger (f.eks. lavere spændinger eller jævnspænding) end spændingen på nettet.
- (426) Parterne forklarer, at transformere og strømforsyninger tilhører samme produktmarked, fordi de er forbundet med teknologiske valg, der imødekommer samme behov, nemlig at levere strøm til automatikudstyr. Dette argument holder imidlertid ikke for en nærmere prøvelse.
- (427) For det første har transformere og strømforsyninger forskellige funktioner. Transformerne er beregnet til styrekredsløb med vekselstrøm og gør det muligt at tilpasse spændingsniveauet og isolere systemet fra hovednettet. Strømforsyningerne kan levere jævnspænding. Parterne har desuden i deres svar på meddelelsen med klagepunkter forklaret, at strømforsyningerne i mange tilfælde er langt mere avancerede og tekniske (beskyttelse, sikring, styring med høj ydeevne m.m.), hvilket ifølge parterne afspejles i den højere pris på strømforsyninger i forhold til transformere.
- (428) Dernæst er valget af automatikudstyr bestemmende for valget mellem transformere og strømforsyninger. Parterne forklarer således i forbindelse med Kommissionens undersøgelse, at valget mellem de to forskellige teknologier afhænger af, hvilken form for automatikudstyr der i forvejen er valgt. Det skulle betyde, at en bestemt form for automatikudstyr med tilhørende transformer kan substitueres med et bestemt sæt automatikudstyr med tilhørende strømforsyning. Det fremgår af parternes redegørelse, at transformere og strømforsyninger til automatikudstyr ikke længere er substituerbare på efterspørgselssiden, når først automatikudstyret er valgt.
- (429) Desuden forekommer de to typer produkter at være komplementære. Parterne forklarer således, at moderne automatikudstyr i mange tilfælde omfatter både en transformer, der kan isolere udstyret fra nettet, og strømforsyninger, der kan tilpasse og regulere spændingsniveauet. I så fald er de pågældende teknologier snarere komplementære end indbyrdes konkurrerende.
- (430) Parterne fastholder ikke desto mindre i deres svarskrivelse, at transformere og/eller strømforsyninger kan anvendes til begge formål, også efter at der er valgt et bestemt automatiksystem.

- (431) Denne påstand er imidlertid ikke blot i strid med parternes redegørelse som svar på Kommissionens begæring om oplysninger<sup>144</sup>; den modsiges også af redegørelserne i Schneiders Télémécanique-katalog, hvori det i en "brugervejledning" forklares detaljeret, hvordan transformere, strømforsyninger med ensretter og filter og switch mode-strømforsyninger fungerer, og til hvilke formål (f.eks. med hensyn til styrekredsløb, omgivelser, net, belastningsfølsomhed osv.) disse typer produkter anvendes<sup>145</sup>. Parterne tilføjer i deres svar, at der også er andre afgørende faktorer for valget, f.eks. driftssikkerhed og vedligeholdelse samt standardiserede komponenter i automatikudstyret, som kan være bestemmende for, om der skal anvendes en transformer eller en strømforsyning og i givet fald hvilken form for strømforsyning. Det betyder, at transformere og strømforsyninger kun i meget begrænset omfang er substituerbare på udbudssiden.
- (432) Priserne på transformere og strømforsyninger er meget forskellige. Blandt de varenumre på transformere hos Schneider, der figurerer blandt de fem mest solgte i de enkelte EØS-lande, varierer gennemsnitspriserne således mellem [10-50]\* EUR (varenummer [...] i [...])\* og [40-80]\* EUR (varenummer [...] i [...]), medens gennemsnitspriserne for strømforsyninger ligger mellem [10-50]\* EUR (varenummer [...] i [...])\* og [480-520]\* EUR (varenummer [...] i [...]). De tilsvarende priser hos Legrand varierer mellem [0-40]\* EUR (varenummer [...] i [...])\* og [180-220]\* EUR (varenummer [...] i [...])\* for transformere og mellem [40-80]\* EUR (varenummer [...] i [...])\* og [400-440]\* EUR (varenummer [...] i [...])\* for strømforsyninger.
- (433) Parterne begrundet i deres svarskrivelse denne prisforskel med det forhold, at strømforsyninger er mere avancerede og komplekse end transformere.
- (434) Denne udtalelse viser i øvrigt klart, at de to typer produkter ikke er substituerbare på efterspørgselssiden på grund af deres egenskaber og priserne<sup>146</sup>.
- (435) Transformere og strømforsyninger er desuden rent teknologisk meget forskellige. Parterne har i forbindelse med Kommissionens undersøgelse forklaret, at strømforsyninger er baseret på et "programmeringsprincip" og primært indeholder elektroniske komponenter (selv om de i de fleste tilfælde også indeholder en transformer), medens transformerne er baseret på et "ledningsprincip" med elektromekaniske komponenter og ikke indeholder elektroniske komponenter<sup>147</sup>. Transformerne er produkter, der fremstilles med en fuldt udviklet teknologi, medens teknologien i strømforsyninger er i stadig udvikling<sup>148</sup>. En konkurrent har forklaret, at ikke blot produktionsværktøjerne, men også test- og kontroludstyret er forskelligt for transformere og strømforsyninger. Det vil derfor kræve store udgifter og lang tid for en

---

<sup>144</sup> Svar af 19. marts 2001 på spørgeskema af 14. marts 2001, spørgsmål 25.

<sup>145</sup> Télémécaniques katalog 1999, s. 366/367.

<sup>146</sup> Jf. afgrænsningen af det relevante produktmarked i Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret, punkt 7.

<sup>147</sup> Svar af 9. marts 2001 på spørgeskema af 14. marts 2001, spørgsmål 25.

<sup>148</sup> Tillæg til formular CO af 14. marts 2001, s. 12.

producent af transformere at påbegynde en produktion af strømforsyninger og omvendt<sup>149</sup>. De pågældende produkter er derfor ikke substituerbare på udbudssiden.

- (436) Som modargument anfører parterne i deres svarskrivelse, at der findes mange forskellige specifikke funktioner, der kan varetages af enten transformere eller strømforsyninger, og derfor skulle det være "forholdsvis enkelt" at anvende transformere ved fremstillingen af visse industriprodukter baseret på "ledningsprincippet" og strømforsyninger til andre produkter baseret på "programmeringsprincippet". Desuden mener parterne, at omlægning af en produktion fra transformere til strømforsyninger og omvendt "ikke indebærer vanskeligheder", uden at de dog oplyser nærmere om omkostninger og opstartstid.
- (437) Denne påstand afkræfter ikke Kommissionens konstatering af, at transformere og strømforsyninger ikke er substituerbare på udbudssiden. Uanset hvor mange forskellige muligheder der måtte være for at anvende strømforsyninger, følger det af oplysninger dels fra parterne selv, dels fra de tidligere citerede tredjeparter, at alle varianter af strømforsyninger er baseret på en teknologi, som er fundamentalt anderledes end teknologien i transformere.
- (438) Parterne har desuden hævdet, at hovedparten af aktørerne på markedet både sælger transformere og strømforsyninger. Det skal dog understreges, at mange producenter ganske rigtigt er aktive inden for begge segmenter, men af samtlige konkurrenter med en markedsandel på over [...] \*% på det samlede marked for transformere og strømforsyninger i Frankrig er det kun Siemens og Cecla, der er aktive inden for begge segmenter, medens de øvrige kun opererer inden for segmentet for strømforsyninger, således at de i øjeblikket ikke giver parterne konkurrence på segmentet for transformere.
- (439) Desuden hævder parterne i deres svar, at transformeren anvendes stadigt mindre, og at man i stedet går over til at anvende strømforsyninger på grund af tendensen i retning af mere avanceret teknik og stigende brug af elektronik. Denne tendens skulle tvinge markedsaktørerne til at omlægge deres produktion og gå fra at fremstille transformere over til at fremstille først strømforsyninger med ensrettere (elektromekaniske) og derefter strømforsyninger med ensrettere og filtre (elektromekaniske) og endelig stabiliserede strømforsyninger (elektroniske).
- (440) Hvis der overhovedet er tale om en sådan tendens på mellemlang eller lang sigt, vil den dog ikke kunne lægge noget mærkbart konkurrencepres på producenterne af transformere. Som forklaret ovenfor afhænger valget mellem transformer og strømforsyning af det automatikudstyr, der i forvejen findes, således at den af parterne beskrevne substitution kun kan vedrøre valget mellem en løsning med "automatik + transformer" og en løsning med "automatik + strømforsyning". Eftersom valget af automatikudstyr normalt ikke udelukkende baseres på adgangen til strømkilden, er det ikke sandsynligt, at en prisstigning på transformere i sig selv vil være nok til at flytte en tilstrækkeligt stor del af efterspørgslen fra en løsning med "automatik + transformer" til en løsning med "automatik + strømforsyning". Det fremgår også af de tidligere konstaterede prisdifferencer.
- (441) Kommissionen må derfor konkludere, at transformere og elektroniske strømforsyninger udgør særskilte produktmarkeder.

---

<sup>149</sup> Polylux, svar af 9. juli 2001.

### B.5.2 Geografisk afgrænsning af markederne

- (442) Med hensyn til det geografiske marked anfører parterne, at det dækker hele Europa. De forklarer således, at både transformere og strømforsyninger er standardiseret internationalt, og at de største konkurrenter opererer internationalt på grundlag af et standardkatalog og et enkelt mærke.
- (443) Standarderne for transformere og strømforsyninger er harmoniseret på europæisk plan. Standarderne for spændingstransformere er IEC-standarderne i serie 61558 og EN-standarderne i samme serie. Disse standarder omhandler alle aspekter vedrørende elektrisk, termisk og mekanisk sikkerhed ved transformere til en primærspænding på under 1 000 volt samt strømforsyninger, der indeholder sådanne transformere. Strømforsyningerne er omfattet af IEC-standard 60950 og den tilsvarende europæiske standard med samme nummer. Der findes ingen nationale standarder ved siden af disse internationale og europæiske standarder.
- (444) Efter krav fra kunderne lader producenterne af transformere og strømforsyninger deres produkter certificere af uafhængige laboratorier. Som parterne forklarer, er alle godkendte laboratorier i EØS-landene i stand til at foretage de nødvendige afprøvninger og udstede et certifikat for overensstemmelse med den pågældende standard. Laboratoriets renommé og status på markedet er dog meget afgørende. Parterne oplyser, at det koster [50-250]\* FFR og tager ca. [1-18]\* måneder at opnå certifikatet. Selv om man ikke kan betragte sådanne omkostninger som prohibitive, udgør de dog en ikke ubetydelig hindring for at komme ind på markedet i andre medlemsstater, eftersom man skal have certifikat for hvert enkelt varenummer for sig, og certifikaterne skal fornyes med jævne mellemrum.
- (445) Det fremgår af den af parterne foretagne prisanalyse, at der er store forskelle mellem medlemsstaterne. Nedenstående tabel viser salgsprisen i EUR for alle de varenumre for transformere og strømforsyninger fra Schneider, som er blandt de fem mest solgte i mindst to medlemsstater:

**TABEL 24**

Varenummer (pris i EUR)	B	D	DK	E	F	I	NL	UK	S	N
Transformer [...]*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	
Gennemsnitssalgpris										
Transformer [...]*	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Gennemsnitssalgpris										
Transformer [...]*	*	*	*	*	*		*		*	*
Gennemsnitssalgpris										
Strømforsyning [...]*	**		**	**	**	**		11*	**	
Gennemsnitssalgpris										
Strømforsyning [...]*					***	**	***			
Gennemsnitssalgpris										
Strømforsyning [...]*	**		**		**					
Gennemsnitssalgpris										
Strømforsyning [...]*					**				**	
Gennemsnitssalgpris										
Strømforsyning [...]*					***					**
Gennemsnitssalgpris										

Kilde: Parterne

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (446) Sådanne prisforskelle tyder på, at man på udbudssiden kan øge priserne i visse lande uden risiko for, at kunderne skal importere det pågældende udstyr fra nabolandene.
- (447) Parterne fastholder i deres svarskrivelse, at Schneiders prisforskelle ikke giver anledning til at afgrænse det geografiske marked nationalt, fordi de skyldes, at Schneider har besluttet ikke at formulere en europæisk dækkende prispolitik på grund af det meget begrænsede antal produkter, der er tale om, og den dertil svarende lille omsætning. I mangel af en prispolitik for hele koncernen ser det dog ud til, at de priser, Schneiders datterselskaber fastsætter i de forskellige lande, giver et godt billede af konkurrencevilkårene de pågældende steder. De konstaterede prisforskelle er således udtryk for, at konkurrencevilkårene adskiller sig ganske meget fra land til land<sup>150</sup>.
- (448) Det skal i øvrigt understreges, at der også er tale om prisforskelle – men mindre udprægede – hos Legrand. Nedenstående tabel viser således priserne på de fem mest solgte varenumre for transformere i Frankrig, som også figurerer blandt de fem mest solgte i mindst ét andet EØS-land:

<sup>150</sup> Jf. afgrænsningen af det relevante geografiske marked i Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret, punkt 8.

**TABEL 24 A**

Varenummer (pris i EUR)	B	D	DK	E	F	I	L	NL	N
[...]*	[0-20]*				[20-30]*				
[...]*	[0-20]*				[20-30]*		[20-30]*	[0-20]*	
[...]*					[30-40]*				[40-50]*

Kilde: Parterne.

- (449) Ifølge parterne distribueres 60% af deres transformere og strømforsyninger gennem grossister, som er organiseret nationalt. For Frankrigs vedkommende, hvor der er de største overlapninger mellem parterne, opgør Schneider sit procentvise salg til grossisterne til [70-80]\*% for transformere og [70-80]\*% for strømforsyninger.
- (450) Parterne henviser i deres svarskrivelse desuden til, at der er tale om producenter af forskellig størrelse, der opererer internationalt, herunder store virksomheder som Omron, Siemens og Phoenix, men også flere små og mellemstore virksomheder.
- (451) Det faktum, at en aktør opererer i flere lande, er ikke nødvendigvis ensbetydende med, at konkurrencevilkårene er tilstrækkeligt ensartede de pågældende steder. Oplysninger, parterne har afgivet i forbindelse med undersøgelsen, tyder på, at aktørernes markedsandele varierer ganske betydeligt fra land til land. Således er det kun i Frankrig, Belgien, Nederlandene, Italien og Det Forenede Kongerige, Legrand har en markedsandel for transformere og strømforsyninger på over [0-20]\*% (henholdsvis [20-40]\*%, [0-20]\*%, [0-20]\*%, [0-20]\*% og [0-20]\*%. Siemens markedsandel varierer fra [0-20]\*% i Det Forenede Kongerige til [20-40]\*% i Tyskland, medens Phoenix' markedsandel varierer fra [0-20]\*% (Østrig og Finland) til [20-40]\*% (Belgien).
- (452) Parterne hævder desuden, at der foregår ganske omfattende eksport, uden at de dog oplyser noget om det procentvise salg af importerede produkter i et givet land. Det faktum, at produkterne eksporteres, udelukker i øvrigt ikke, at markedet kan være afgrænset nationalt, hvis det på grundlag af andre faktorer viser sig, at samordningen af udbud og efterspørgsel sker på et nationalt grundlag, således som det er tilfældet her.
- (453) Med hensyn til parternes påstand i svarskrivelsen om, at det i mange tilfælde er de samme varenumre, der sælges i forskellige lande, kan der blot henvises til, at det fremgår af parternes egne oplysninger, at det er meget forskellige varenumre, Legrand sælger i de forskellige EØS-lande. Af de fem mest solgte varenumre i Frankrig er der således kun et, der figurerer blandt de fem mest solgte i tre andre lande (i dette tilfælde Belgien, Nederlandene og Luxembourg), medens to af disse varenumre slet ikke sælges i andre EØS-lande. Det følger desuden af de konstaterede prisforskelle, at der på efterspørgselsiden ikke er tale om noget salg af betydning over landegrænserne.
- (454) I denne forbindelse skal det understreges, at parterne i deres svar forklarer, at der ud over katalogvarerne fremstilles produkter, der opfylder specifikke og individuelle krav fra kunder. Det betyder, at producenterne af transformere og deres kunder (virksomheder, der indbygger transformerne i automatikudstyret) er nødsaget til at holde tæt kontakt. Eftersom både producenterne af transformere og de virksomheder, der indbygger dem, i mange tilfælde er små og mellemstore virksomheder, der ikke har noget større salgs- eller indkøbsnet i flere lande, begrænser dette krav om tætte kontakter kundernes mulighed for at købe ind hos producenter fra andre lande.

- (455) Kommissionen må derfor konkludere, at både markedet for transformere og markedet for strømforsyninger er afgrænset nationalt.

## B.6 *Hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner*

### B.6.1 Afgrænsning af produktmarkederne

- (456) Parterne opererer med et særskilt marked for hjælpemidler til kontrol- og signalfunktioner. Der er tale om mekanisk tilslutningsmateriel, som er beregnet til at styre betjeningen af apparatur og maskiner. Således som parterne afgrænser dette produktmarked, omfatter det følgende produktkategorier:
- trykknapper, dvs. betjeningsmateriel, der er forsynet med en styremekanisme, som aktiveres ved en påvirkning, der udøves af en del af det menneskelige legeme, normalt en finger eller håndflade, og som indeholder en fjederanordning
  - drejeknapper, dvs. en kombination af omskifterfunktionerne i trykknappen, som aktiveres manuelt ved en drejebevægelse
  - taster, dvs. trykknapper, der anvendes i meget fladt apparatur, hvori den elektriske forbindelse etableres via en printplade
  - betjeningspaneler, dvs. en afdækning i form af en metal- eller plast(polyester)-kasse med udstansede huller, der rummer det materiel, som sikrer dialogen mellem operatør og maskine. Det færdige produkt er en manøvre- eller kontrolpult
  - tastaturer, dvs. mekanisk tilslutningsapparatur, som styrer betjeningen af apparatur eller maskine. Tastaturet består af tre hovedkomponenter:
    - et sæt taster
    - en elektronisk enhed til behandling og transmission af information
    - et operatørinterface
  - membrantastaturer, dvs. en særlig teknologi inden for tastaturer, hvor membranen er den del, operatøren berører, og som gør det muligt at programmere tastaturet til den endelige brugers behov
  - omskifttere, som er et betjeningsredskab, der aktiveres ved vinkeldrejning. Den ændrer forbindelserne i en eller flere strømkredse
  - sektionsafbrydere med drejehåndtag, som er mekanisk tilslutningsmateriel, der kan etablere, understøtte og afbryde strømmen i strømkredsen på normale vilkår og samtidig opfylder kravene til at kunne fungere som multipel
  - joysticks, som er betjeningsredskaber forsynet med en styrepind, der aktiveres ved vinkelbevægelser
  - lysknapper, som er signaleringsredskaber bestående af en farvet top (lysende indikator), der skal informere operatøren om maskinens tilstand. Indvendigt i lysknappen sidder der polklemmeskruer til strømforsyningen. En lysknop kan kombineres med en trykknop til en lysende trykknop.



- (457) De forskellige ovennævnte produkttyper findes i flere forskellige diametre: 12 mm, 16 mm, 22 mm og 30 mm, som er omfattet af IEC- og Cenelec-standarder<sup>151</sup>. Det oprindelige var en diameter på 30 mm som især var udbredt inden for jern- og stålindustrien. Med en sådan diameter kan der fremstilles solidt og modstandsdygtigt materiel. Udviklingen i produktionsteknikker og kundernes ønsker om at gøre maskinerne mindre pladskrævende betød, at man begyndte at foretrække mindre diametre. Parterne forklarer<sup>152</sup>, at diameteren på 30 mm i dag gradvist bliver erstattet af diameteren på 22 mm. Diametrene på 16 mm og 22 mm, som er mindre robuste, anvendes ifølge parterne primært i elektronisk udstyr, der benyttes i beskyttede omgivelser. Diameteren på 16 mm skulle i stigende grad blive anvendt i tastaturpaneler og membrantastaturer.
- (458) Parterne mener, at disse forskellige produkter udgør et enkelt produktmarked, fordi de alle opfylder samme funktion, nemlig at sikre grænsefladen for dialog mellem menneske og maskine. Mere præcist er produkterne beregnet til at blive integreret i manøvre- og kontrolpulte til laveffektmotorer og automatiksystemer<sup>153</sup>. Ifølge parterne er disse produkter i vidt omfang substituerbare på efterspørgselsiden. Alle former for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner skulle således kunne anvendes til samme formål eller kunne substitueres på maskinerne. Producenternes valg af en bestemt kategori frem for en anden skulle primært afhænge af den endelige brugers præferencer med hensyn til udseende, pladskrav og traditioner<sup>154</sup>. Parterne tilføjer, at disse produkter også er substituerbare på udbudssiden. Der skulle for samtlige produkters vedkommende være tale om elektromekaniske konstruktioner. Kun de mest avancerede membrantastaturer vil kræve serigrafisk ekspertise til fremstillingen af knapperne<sup>155</sup>.
- (459) Det er ikke nødvendigt at foretage en præcis afgrænsning af markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner i det foreliggende tilfælde, fordi den anmeldte fusion indebærer identiske konkurrencemæssige problemer, uanset hvilken markedsafgrænsning der vælges.

#### B.6.2 Geografisk afgrænsning af markederne

- (460) Parterne mener, at markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner dækker hele Europa eller endog hele verden. Parterne henholder sig i første række til, at produkterne er beregnet til at blive integreret i industrimaskiner, som sælges i samme udformning i hele verden. Ifølge parterne bidrager eksporten af industrimaskiner i øvrigt til at gøre produkterne mere ensartede, idet tendensen går i retning af primært at anvende hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner med en diameter på 22 mm. Parterne forklarer, at der til en bestemt funktion med en bestemt diameter og bestemte tekniske specifikationer kun findes et enkelt produkt, som markedsføres i hele Europa, hvilket også fremgår af, at samme varenummer anvendes i alle de kataloger over de pågældende produkter, som udsendes i de forskellige lande<sup>156</sup>. Parterne tilføjer, at

---

<sup>151</sup> IEC- og EN-standard 60947-5-1.

<sup>152</sup> Parternes svar på spørgsmål 29 i spørgeskema af 15. marts 2001.

<sup>153</sup> Tillæg til formular CO, s. 15.

<sup>154</sup> Parternes svar på spørgsmål 291 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>155</sup> Parternes svar på spørgsmål 290 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>156</sup> Parternes svar på spørgsmål 70 i spørgeskema af 29. juni 2001.

standarderne for disse produkter er fuldstændigt harmoniseret på europæisk plan. Der skulle således ikke findes specielle nationale udgaver eller nationale kvalitetsmærker.

- (461) Det fremgår dog af det følgende, at disse markeder er afgrænset nationalt.

Store forskelle mellem EØS-landene på priserne på hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner

- (462) Det fremgår af parternes prisanalyse, at der er store prisforskelle fra land til land. Der er således store udsving i priserne på Schneiders fem varenumre på hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, som er de mest solgte i de enkelte EØS-lande, hvilket fremgår af nedenstående tabel, der er udarbejdet på grundlag af oplysninger fra Schneider<sup>157</sup>. Disse fem varenumre vedrører fem forskellige kategorier af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner; de kan således betragtes som et repræsentativt udsnit af produkterne i dette segment.

**TABEL 25**

Varenummer	Land, hvor prisen er højest Gennemsnitspris i dette land i 1999 (EUR)	Land, hvor prisen er lavest Gennemsnitspris i dette land i 1999 (EUR)	Prisforskel (%)
[...]* (Trykknop)	Irland [*]*	Belgien [*]*	[*]*
[...]* (Drejeknap)	Irland [*]*	Det Forenede Kongerige [*]*	[*]*
[...]* (Lysknop)	Det Forenede Kongerige [*]*	Italien [*]*	[**]*
[...]* (Trykknappanel)	Irland [***]*	Tyskland [***]*	[***]*
[...]* (Afbryder)	Nederlandene [**]*	Belgien [*]*	[***]*

Kilde: Parterne

[Version til offentliggørelse: \* = 0-50; \*\*=50-100; \*\*\*=100-150, osv.]\*

- (463) Det fremgår generelt af oplysningerne fra Schneider<sup>158</sup>, at (i) der består store prisforskelle mellem EØS-landene, også mellem nabolande, for samme varenummer, og at (ii) disse forskelle som helhed har været store i hele perioden, selv om de har varieret kraftigt fra år til år. Mellem Frankrig og Tyskland var prisforskellen i 1999 således mellem [0-40]\*% (for varenummer [...]\* ) og [20-60]\*% (for varenummer [...]\* ). I 1997 lå prisforskellen mellem [0-40]\*% (for varenummer [...]\* ) og [10-50]\*% (for varenummer [...]\* ). Ligeledes var prisforskellen mellem Frankrig og Spanien i 1999 mellem [0-40]\*% (for varenummer [...]\* ) og [10-50]\*% (for varenummer [...]\* ). I 1997 var prisforskellen mellem disse to lande mellem [0-40]\*% (for varenummer [...]\* ) og [20-60]\*% (for varenummer [...]\* ).
- (464) Det er ligeledes interessant at se, at prisforskellene mellem nogle medlemsstater er blevet større i den pågældende periode. Således var prisforskellen mellem Tyskland

<sup>157</sup> Bilag til Schneiders svar på spørgsmål 22 i spørgeskema af 15. marts 2001.

<sup>158</sup> Bilag til Schneiders svar på spørgsmål 33 i spørgeskema af 15. marts 2001.

og Belgien i 1999 mellem [0-30]\*% (for varenummer [...]\*) og [30-60]\*% (for varenummer [...]\*). I 1997 var prisforskellen mellem [0-30]\*% (for varenummer [...]\*) og [10-40]\*% (for varenummer [...]\*)).

- (465) Samme resultat giver en analyse af salgsprisen på det hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, som Legrands datterselskab, Baco, markedsførte i forskellige EØS-lande mellem 1995 og 2000.
- (466) Det fremgår som helhed af oplysningerne fra Legrand<sup>159</sup>, at (i) der er tale om betydelige prisforskelle mellem EØS-lande, selv mellem nabolande, og at (ii) disse forskelle, som ganske vist har været varierende, generelt har været ganske store i hele perioden. I 2000 var prisforskellen mellem Frankrig og nabolandene (Tyskland, Belgien, Italien og Spanien) mellem [30-60]\*% (i forhold til Belgien) og [50-80]\*% (i forhold til Italien). I 1995 lå disse prisforskelle mellem [30-60]\*% (i forhold til Belgien) og [60-90]\*% (i forhold til Italien). Det er ligeledes interessant at konstatere, at prisforskellene mellem visse nabolande er øget i den pågældende periode. Således er prisforskellen mellem Spanien og Portugal øget fra [0-30]\*% i 1995 til [10-40]\*% i 2000. Også prisforskellen mellem Tyskland og Østrig er øget fra [0-30]\*% i 1995 til [0-30]\*% i 2000.
- (467) Salgspriserne for det hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, parterne markedsfører, er således meget forskellige fra land til land i EØS. Parterne har ikke givet oplysninger, der tyder på, at forholdet skulle være anderledes for deres konkurrenter.
- (468) Parterne fremfører i deres svarskrivelse<sup>160</sup>, at de ovennævnte prisforskelle mellem EØS-landene for det hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, parterne sælger, ikke er relevante. Således skulle nogle af priserne omfatte forretningsrabatter, de tilbyder kunderne ("nettopriser"), medens andre ikke omfatter sådanne rabatter ("bruttopriser"). Priserne skulle således ikke være sammenlignelige.
- (469) I denne forbindelse skal det først og fremmest påpeges, at det i henhold til spørgsmål 33 i spørgeskemaet af 20. marts 2001, påhvilede parterne at oplyse "fakturerede priser" for alle de kategorier af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, de markedsfører i de enkelte EØS-lande. Desuden forklarede parterne i deres svar på nævnte spørgsmål, at de priser, de havde oplyst til Kommissionen var "faktiske gennemsnitspriser" (Schneider)<sup>161</sup> og "gennemsnitlige salgspriser" (Legrand)<sup>162</sup>. Det fremgår således, at de af parterne oplyste salgspriser for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner er nettopriser, hvori der ikke er medregnet tilbudspriser eller kvantumrabatter, og som derfor er indbyrdes sammenlignelige.
- (470) Parterne har desuden forklaret<sup>163</sup>, at de mængdemæssige forskelle i deres salg af de enkelte kategorier af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner udgør en objektiv begrundelse for disse prisforskelle. Dette argument bygger indirekte på den idé, at

---

<sup>159</sup> Bilag til Legrands svar på spørgsmål 12, 34 og 40 i spørgeskema af 15. marts 2001.

<sup>160</sup> Punkt 774.

<sup>161</sup> Svar fra Schneider på spørgsmål 33 i spørgeskema af 20. marts 2001.

<sup>162</sup> S. 1 i Baco-dokumentet, som er fremlagt som bilag til Legrands svar på spørgsmål 12, 34 og 40 i spørgeskema af 20. marts 2001.

<sup>163</sup> Punkt 776 i svarskrivelsen på meddelelsen med klagepunkter.

størrelsen af de kvantumrabatter og andre rabatter, de opererer med for hvert enkelt salg, skulle være forskellig fra land til land, hvilket ifølge parterne er forklaringen på de konstaterede forskelle i de gennemsnitlige salgspriser. I denne forbindelse må det blot konstateres, at parterne ikke har givet oplysninger, der gør det muligt at fastslå, at gennemsnitsniveauet for de solgte mængder pr. transaktion skulle adskille sig fra land til land. Parterne har navnlig ikke dokumenteret, at der i visse medlemsstater skulle være kunder, som aftager væsentligt større mængder end kunderne i de øvrige lande, og at den gennemsnitlige nettosalgspris på de pågældende produkter på grund af tilbudspriser og kvantumrabatter derfor skulle være lavere i disse lande. Hvis det var tilfældet, ville det under alle omstændigheder være et yderligere væsentligt indicium for at afgrænse det pågældende marked nationalt.

- (471) Endelig anfører parterne, at der ikke kan drages nogen konklusioner af forskellene mellem EØS-landene med hensyn til Bacos og Legrands salgspriser, eftersom disse to virksomheder udelukkende sælger små mængder og næsten kun i Frankrig. De konstaterede prisforskelle hos Schneider, som ubestridt er førende på markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner i hele EØS med en markedsandel på [20-30]\*% og salg i samtlige EØS-lande, er et særdeles tydeligt tegn på, at der er tale om store prisforskelle mellem landene. Selv om Legrand ikke har nogen markedsandel af betydning i Frankrig, markedsfører virksomheden dog de pågældende produkter i otte EØS-lande. Det faktum, at virksomheden ifølge oplysninger fra parterne<sup>164</sup> ikke har en europæisk dækkende prisstrategi, er absolut ingen objektiv begrundelse for de ovennævnte forskelle i salgspriser, men er tværtimod et yderligere indicium for, at priserne på hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner fastsættes nationalt.
- (472) Det må konkluderes, at der er store prisforskelle mellem EØS-landene med hensyn til priserne for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.

*Producenternes andele af markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner varierer meget fra land til land*

- (473) Tabel 26 nedenfor, som er fremlagt af parterne, viser markedspositionen for de største producenters markedsandele for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner i de forskellige EØS-lande i 2000.

---

<sup>164</sup> Punkt 777 i svarskrivelsen på meddelelsen med klagepunkter.

**TABEL 26**

	Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Rockwell	EAO	ABB	Andre
Østrig	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Belgien	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*%
Tyskland	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*% Hoffman [0-10]*%
Danmark	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Spanien	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE [0-10]*%
Frankrig	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Entrelec [0-10]*%
Finland	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Grækenland	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Italien	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE [0-10]*%
Irland	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Nederlandene	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Portugal	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Det Forenede Kongerige	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Sverige	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Norge	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
EØS i alt	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	

Kilde: Parterne.

(474) Det fremgår af ovenstående tabel, at producenternes markedsandele varierer mærkbart fra land til land. Det gælder helt generelt, at den enkelte producent har en klart større markedsandel i ét bestemt EØS-land, og at den pågældendes markedsandele i de øvrige EØS-lande, selv nabolande, er (i) væsentligt mindre og (ii) stærkt svingende. Schneider har således en markedsandel på [50-60]\*% i Frankrig. I nabolandene er virksomhedens markedsandel [20-30]\*% i Spanien, [20-30]\*% i Belgien, [20-30]\*% i Italien og kun [0-10]\*% i Tyskland. For Legrands vedkommende kan det konstateres, at virksomheden kun har nogen markedsandel af betydning i Frankrig ([0-10]\*%), men intet salg i nogen af nabolandene, heller ikke i Italien, hvor Legrand ellers står særligt stærkt på andre produktmarkeder. Det kan ligeledes konstateres, at Siemens og Moeller, hvis respektive markedsandele i Tyskland er [10-20]\*% og [10-20]\*%, har en markedsandel på det halve i Belgien (henholdsvis [0-10]\*% og [0-10]\*%) og en meget svag position i Frankrig (henholdsvis [0-10]\*% og [0-10]\*%). Kraus & Naimer, som er den største aktør på det østrigske marked med en markedsandel på [10-20]\*%, har en væsentligt ringere markedsandel i Tyskland ([0-10]\*%). Det samme gælder Rockwell ([0-10]\*% i Østrig og [0-10]\*% i Tyskland). Hvad angår de øvrige virksomheder, der er aktive på markedet (EAO, ABB, GE, RAFI, Hoffman, Entrelec), har de fleste af dem en markedsandel på over [0-10]\*% i et enkelt land, men er helt fraværende eller kun marginalt repræsenteret i de øvrige lande.

- (475) Parterne anfører i deres svarskrivelse<sup>165</sup>, at de ovennævnte forskelle med hensyn til de største konkurrenters markedsandele skyldes enten historiske faktorer eller det forhold, at hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner er lavværdiprodukter, hvorfor markedsaktørerne udelukkende opererer i de geografiske områder, hvor deres tilstedeværelse kun kræver en begrænset forretningsmæssig indsats. Desuden har parterne understreget, at seks konkurrenter opererer i mere end ti EØS-lande.
- (476) Under alle omstændigheder er konstateringen af, at markedspositionerne for de største aktørers andele af markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner varierer betydeligt mellem EØS-landene, ikke blevet anfægtet af parterne<sup>166</sup>.

*Distributionen af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner er i vidt omfang organiseret nationalt*

- (477) Parterne forklarer, at producenterne salg af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner fordeler sig mellem de sædvanlige grossister af elmateriel og direkte salg til maskinkonstruktører<sup>167</sup>. Parterne har dog ikke fremlagt nogen dokumentation for, hvordan salget fordeler sig mellem disse to afsætningskanaler.
- (478) Det fremgår imidlertid af et internt dokument fra Legrand, at Baco kanalisere [40-50]\*% af sit salg af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner gennem distributionsledet, og for Legrands vedkommende er det 100%<sup>168</sup>. Det fremgår af et dokument fra Schneider, at Mafelec sælger hovedparten af sin produktion direkte, medens [60-70]\*% af Schneiders produkter – fraregnet Mafelec-produkter – sælges gennem grossister<sup>169</sup>. I denne forbindelse skal man huske på, at Schneider har en markedsandel på [20-30]\*% i EØS, og at virksomheden derfor er den største aktør på det pågældende marked. Det kan derfor konkluderes, at salget til grossisterne repræsenterer en betydelig del af markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner og kan anslås til ca. [50-60]\*% afhængigt af, hvilken producent det drejer sig om.
- (479) Det er forklaret tidligere, at forretningsrelationerne mellem grossisterne og producenterne af elmateriel er organiseret nationalt eller endog regionalt, selv hvor det drejer sig europæisk dækkende producenter og grossister. Det gælder også for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner. Følgen er, at en væsentlig del af distributionen af disse produkter er organiseret nationalt.
- (480) Parterne anfører i deres svarskrivelse<sup>170</sup>, at det faktum, at distributionen er organiseret nationalt, i betragtning af producenterne omfattende direkte salg til de endelige kunder, navnlig producenter af industrimaskiner, ikke giver tilstrækkelig anledning til at fastslå, at det pågældende produktmarked er afgrænset nationalt.

---

<sup>165</sup> Punkt 784.

<sup>166</sup> Svarskrivelse på meddelelsen med klagepunkter, punkt 783.

<sup>167</sup> Tillæg til formular CO, s. 17.

<sup>168</sup> Baco, "Plan Moyen Terme 2001-2005, France", s. 20, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>169</sup> Referat fra "Comité d'Acquisitions" af 17. oktober 1997, s. 6, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>170</sup> Punkt 786.

- (481) Det forhold, at halvdelen af salget af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner i EØS går via grossister, og at relationerne mellem disse grossister og producenterne er organiseret nationalt, er dog et væsentligt indicium for, at det relevante produktmarked er afgrænset nationalt. Det kan til dels tilskrives de ovenfor konstaterede prisforskelle og forskelle i markedsandele.

#### Hindringer for markedsadgangen

- (482) Parterne har i deres svarskrivelse<sup>171</sup> fremført en lang række argumenter for at påvise, at der ikke består hindringer for adgangen til markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner. Parterne fremhæver primært produkternes standardisering, harmoniseringen af produktstandarderne inden for EØS, det forhold, at der ikke findes nationale kvalitetsmærker og nationale installationstraditioner og -normer, at de største producenters produktion er organiseret på europæisk plan, de meget begrænsede transportomkostninger, den udbredte anvendelse af en diameter på 22 mm og tilstedeværelsen af flere forskellige mærker, der anvendes i hele verden.
- (483) Indledningsvis skal det understreges, at de ovenfor konstaterede store prisforskelle mellem EØS-landene og aktørernes meget varierende markedsandele er to afgørende faktorer, som rent faktisk modsiger eller i hvert fald kraftigt svækker parternes påstand om, at der ikke skulle være hindringer af betydning for adgangen til markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.
- (484) Det fremgår således af Kommissionens undersøgelse, at markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner er karakteriseret ved tre kategorier af hindringer for markedsadgangen. Den første hindring er adgangen til distributionen, eftersom ca. halvdelen af salget af disse produkter i hele EØS går gennem grossisterne. Grossisternes tilbøjelighed til at reducere antallet af mærker for hver enkelt kategori af elmateriel, de forhandler, hvilket fremgik af Kommissionens undersøgelse, bidrager også til at forstærke adgangshindringerne. Det er desuden interessant, at adgangen til distributionsleddet i et internt dokument fra Legrand<sup>172</sup> flere steder omtales som en af nøgelfaktorerne for succes på markedet.
- (485) En anden væsentlig hindring for adgangen til markedet er behovet for et solidt kendskab til den anden salgskanal for de pågældende produkter, nemlig det direkte salg til producenterne af industrimaskiner, der indbygger materiellet i maskinerne. Det oplyses således flere steder i et internt dokument fra Legrand<sup>173</sup>, at et solidt kendskab til "markederne for maskinkonstruktører" er en af nøgelfaktorerne for succes. Markedet for maskinkonstruktører består af mange små og mellemstore virksomheder, hvilket fremgår af listen over parternes største kunder<sup>174</sup>, hvorfor det er nødvendigt at foretage omfattende investeringer for at få adgang til dette marked. Det erkender parterne i øvrigt<sup>175</sup>, idet de forklarer, at producenterne på grund af produkternes

---

<sup>171</sup> Punkt 788 og 789.

<sup>172</sup> Baco, "Plan Moyen Terme 2001-2005, France", s. 34, 39, 41 og 43. Bilag 4 til svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>173</sup> Baco, "Plan Moyen Terme 2001-2005, France", s. 34, 39, 41 og 43. Bilag 4 til svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>174</sup> Bilag fremlagt af parterne som svar på spørgsmål 69 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>175</sup> Svarskrivelse, punkt 784.

begrænsede enhedsværdi nøjes med at operere i de geografiske områder, hvor deres tilstedeværelse kun kræver en begrænset forretningsmæssig indsats. Dette fænomen accentueres yderligere af, at mange producenter er mindre virksomheder. Således har de otte største og eneste aktører i Tyskland, parterne har opgivet, en samlet markedsandel på [50-60]\*%. I Finland har de syv største og eneste aktører, parterne har opgivet, en samlet markedsandel på [50-60]\*%.

- (486) Endelig skyldes den tredje hindring for markedsadgangen, at en væsentlig del af hjælpemateriellet til kontrol- og signalfunktioner ikke er standardprodukter, men specialprodukter, der fremstilles på grundlag af specifikationer fra maskinkonstruktører og producenter af industrimaskiner. Parterne forklarer<sup>176</sup>, at det for disse specialprodukter er nødvendigt med en tæt kontakt mellem producent og bruger omkring definitionen, konstruktionen og færdiggørelsen. Parterne tilføjer, at denne tætte kontakt ikke nødvendigvis indebærer fysisk nærhed. Ikke desto mindre kræver salget af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner også de nødvendige investeringer til etableringen af denne tætte kontakt, hvilket er en hindring for markedsadgangen, navnlig for de mindste producenter.
- (487) Kommissionen må derfor konkludere, at de relevante geografiske marked for salg af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner er afgrænset nationalt.

## C. Vurdering af fusionens virkninger

### C.1 Markederne for eltavler

#### C.1.1 Konkurrencen på de berørte markeder

- (488) I den følgende redegørelse, som er baseret på en rapport fra Crédit Suisse First Boston<sup>177</sup>, opsummeres konkurrenceforholdene på de berørte markeder. Derefter gennemgås de vigtigste elementer i analysen. Man skal være opmærksom på, at analysen finder anvendelse mutatis mutandis på andre produktmarkeder, som berøres af den anmeldte fusion, med undtagelse af særlige betragtninger, som er fremsat i de afsnit, der vedrører de omhandlede produkter.

#### Loyalitet på efterspørgselssiden

- (489) Som det fremgår af rapporten fra Crédit Suisse First Boston<sup>178</sup>, er installatørerne særdeles loyale over for deres foretrukne mærker. De arbejder normalt i flere år med samme leverandør og samme mærke og forbliver i visse tilfælde hos samme leverandør i hele deres arbejdskarriere. Der er to grunde hertil: for det første er der et element af tilvænning: når først de er vænnet til et bestemt produkt (mærke, installations-teknik), bliver det meget vanskeligt at få dem til at skifte til et andet mærke, også selv om man kan tilbyde dem lavere priser. For det andet er deres valg af materiel vigtigt i relation til deres erstatningsansvar (når først de har tillid til sikkerheden ved de produkter, de normalt køber, vil de ikke være tilbøjelige til at forsøge sig med billigere mærker).

---

<sup>176</sup> Tillæg til formular CO og svar på spørgsmål 30 i spørgeskema af 20. marts 2001.

<sup>177</sup> Rapport om Legrand udarbejdet af Crédit Suisse First Boston (11. september 2000).

<sup>178</sup> Rapport om Legrand udarbejdet af Crédit Suisse First Boston (11. september 2000).



- (490) Legrand gør også opmærksom på, at installatørernes og projektledernes fortrolighed med og tillid til Legrands produkter er en afgørende faktor for opretholdelsen og styrkelsen af Legrands konkurrencemæssige stilling. [...] Det forhold, at installatører og projektledere bliver ved med at anvende Legrands produkter, styrker Legrands position og giver en vigtig konkurrencemæssig fordel<sup>179</sup>.
- (491) Kommissionens undersøgelse samt oplysninger fra parterne bekræfter ligeledes, at installatører og tavlemontører er særdeles loyale over for deres sædvanlige mærke. Kommissionens undersøgelse viser dog også, at denne loyalitet ikke er absolut. Det viser sig således, at installatører og tavlemontører betragter sikkerheden ved produkterne og muligheden for omgående levering som helt afgørende krav, der er vigtigere end selve mærket, når de skal vælge materiel. Det betyder, at så længe et mærke kan garantere den fornødne kvalitet og hurtig levering, vil de sædvanlige kunder fortsat være loyale over for det, og det vil ikke være let for andre konkurrenter at erobre disse kunder, selv om de kan tilbyde bedre og/eller billigere produkter. Hvis et mærke til gengæld ikke længere opfylder installatørernes og tavlemontørernes grundlæggende krav, eller hvis det ikke længere kan klare sig ved sammenligning med konkurrerende mærker, kan det hurtigt miste tilliden hos de sædvanlige kunder blandt installatører og tavlemontører og få svært ved at vinde disse kunder tilbage.
- (492) Det fremgår desuden af Kommissionens undersøgelse, at de største producenter forsøger at dyrke og forstærke denne loyalitet ved i mange tilfælde at etablere forretningssteder i nærheden af kunderne og f.eks. tilbyde værktøjer til projektering og dimensionering af installationen med brug af deres egne produkter (det drejer sig navnlig om software), sikre let og hurtig montering af deres produkter, tilbyde efteruddannelseskurser til installatørerne m.m. Disse forretnings- og markedsføringsinvesteringer udgør i øvrigt i mange tilfælde en ganske betydelig del af omsætningen fra de enkelte mærker, i visse tilfælde helt op til [10-30]\*% af salget i et givet land.
- (493) Parterne gør i deres svarskrivelse opmærksom på, at de mener, at Kommissionen overvurderer mærkeloyaliteten, navnlig i sektoren for eltavler. De hævder bl.a., at Kommissionen overfører de forhold, der primært gør sig gældende for den faste installation efter gruppetavlen (monteringsmateriel), på markederne for eltavler, og at den konkluderer, at der er tale om en "næsten absolut" loyalitet, mens der ifølge parterne kun er tale om begrænset loyalitet. Parterne anfører således med henvisning til resultaterne af konsulentfirmaet NERA's undersøgelse, at mærkeloyaliteten er forholdsvis svag.
- (494) Kommissionen afviser at have konkluderet, at der er tale om "næsten absolut" loyalitet. Det er netop den relative karakter af loyaliteten og nødvendigheden af at arbejde for at fastholde den, der begrundes den omfattende markedsføringsindsats fra producenternes side, som Kommissionen gør opmærksom på i sin meddelelse med klagepunkter. Kommissionen fastholder med andre ord, at mærkeloyaliteten gør det dyrere at erobre nye kunder, og at den derfor udgør en væsentlig hindring for adgangen til markedet. Den øger også markedets tolerance over for lidt ringere kvalitet og ydeevne eller lidt højere priser end gennemsnittet for de øvrige aktører og bremser ekspansion eller tilbagegang for de mærker, der allerede er solidt etableret på et givet marked. Men netop fordi loyaliteten er relativ, hvilket parterne tillægger stor betydning, giver den ikke en etableret aktør mulighed for at fastholde sin position,

---

<sup>179</sup> Legrand, formular 20-F SEC.

hvis først hans produkters tekniske og økonomiske ydeevne bliver for ringe i forhold til de øvrige mærker på markedet.

- (495) Parternes analyse, ifølge hvilken der kun er tale om en begrænset mærkeloyalitet, modsiges af Kommissionens undersøgelse, der viser, at der består en ganske betydelig mærkeloyalitet, også i sektoren for eltavler. Denne loyalitet er også i tråd med de synspunkter, parterne har givet udtryk for ved flere lejligheder, først og fremmest i CO-formularen (hvor det anføres, at installatørerne er som hovedregel er loyale over for et bestemt mærke og indkøber alt det nødvendige materiel hos en enkelt producent, dels fordi det gør monteringen af tavlen lettere og hurtigere, dels af hensyn til produkternes design, materiellets funktionalitet og driftssikkerhed og tilliden til den tekniske kvalitet hos en bestemt producent<sup>180</sup>), og senere i deres svar på efterfølgende spørgeskemaer ("Schneider og Legrand sælger [gruppetavlerne]\* til installatører og elektrikere gennem grossister. Installatører og elektrikere er normalt loyale over for det mærke, de er vant til at anvende"<sup>181</sup>).
- (496) Kommissionen mener desuden, at resultaterne af NERA's undersøgelse sammenholdt med resultaterne af Kommissionens egen undersøgelse ikke giver anledning til at betvivle, at der er tale om en betydelig mærkeloyalitet. NERA henviser således til den omfattende markedsføringsindsats for at påvise tilstedeværelsen af en hård pris-konkurrence mellem producenterne.
- (497) Kommissionen har for det første noteret sig, at de rabatter, producenterne tilbyder, i mange tilfælde er ganske store (mellem [10-30]\*%), hvilket tyder på, at der er forbundet tilsvarende store omkostninger med at erobre nye kunder (og dermed deres loyalitet).
- (498) For det andet giver NERA's undersøgelse ikke mulighed for at vurdere mærkeloyaliteten, fordi den, selv om den kan påvise en kraftig stigning i salget af det pågældende materiel i perioder med kampagnetilbud, ikke dokumenterer, hvorfra dette øgede salg er hentet. Det øgede salg af materiel, der er omfattet af kampagnetilbud, kunne således blot skyldes større indkøb til lagerbeholdningen hos grossisterne (eller hos installatører, som er loyale over for det pågældende mærke, og som indkøber materiellet til kampagneprisen til senere brug), eller at salget af andre varenumre fra samme producent falder tilsvarende (det øgede salg af det varenummer, der tilbydes til en kampagnepris, sker på bekostning af salget af andre tilsvarende varenumre, som ikke er omfattet af kampagnetilbuddet). Disse to forklaringer forekommer i øvrigt særdeles sandsynlige ud fra de data, NERA har anvendt i sin undersøgelse. Således [...]\*. Det skulle således indikere en udpræget mærkeloyalitet.
- (499) Kommissionen må altså fastholde, at der ifølge resultaterne af Kommissionens egen undersøgelse er tale om betydelig mærkeloyalitet i relation til de eltavler, der er omfattet af klagepunkterne. Kommissionen vil under alle omstændigheder understrege, at graden af loyalitet ikke har betydning for vurderingen af Schneiders dominerende stilling. Som tidligere nævnt betyder mærkeloyaliteten kun, at der er flere omkostninger forbundet med at erobre nye kunder, og at det tager længere tid, før et etableret mærke af ringere kvalitet end de øvrige går mærkbart tilbage på markedet. Som det vil fremgå af det følgende, skyldes det forhold, at fusionen vil skabe en

---

<sup>180</sup> Formular CO, s. 54.

<sup>181</sup> Svar på spørgsmål 11 i spørgeskema af 28. februar 2001, s. 11.

dominerende stilling, navnlig, at den fusionerede enhed bliver en uomgængelig aktør på markedet, og at den vil kunne styrke sin nuværende position på markederne og svække sine konkurrenter ved at reorganisere sine mærker og sine tætte kontakter med grossisterne. En svagere loyalitet ville gøre det vanskeligere for konkurrenterne at modstå den fusionerede enhed på længere sigt og ville derfor kunne fremskynde eller forstærke virkningerne af fusionen.

### Mærkernes betydning

- (500) Foranstående redegørelse giver også en forklaring på andre væsentlige karakteristika ved sektoren: mærkernes betydning og bestræbelserne på at kunne tilbyde et så bredt produktsortiment som muligt.
- (501) De største producenter sælger deres produkter under et eller flere mærker afhængigt af, hvilket land og hvilken type materiel det drejer sig om. Parterne har således hver især i alt mere end en halv snes mærker, som omfatter forskellige former for materiel og dækker forskellige geografiske områder. Disse mærker figurerer i listen i bilag 2 til den foreliggende beslutning.
- (502) Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at mærkerne er et af de vigtigste elementer i konkurrencen mellem producenterne. Parterne forklarer<sup>182</sup>, at mærket er mere eller mindre garanti for resten. Det kan skyldes de kriterier, ordregiverne, installatørerne og de mindre tavlemontører lægger til grund for deres valg af materiel. Det er mærkerne, som er afgørende for relationerne mellem producenterne og deres kunder, fordi det er dem, der garanterer kunderne, at hvert enkelt produkt giver den garanti (for sikkerhed, let montering m.m.), de er vant til.
- (503) Mærkernes positive image er resultatet af producenternes kommercielle indsats i marken og deres markedsførings- og PR-investeringer over for installatørerne samt F&U-indsatsen. Mærkernes betydning kan således også måles ved størrelsen af disse udgifter, som i visse tilfælde kan løbe op i henholdsvis [10-30]\*% (for forretningsinvesteringerne) og [0-20]\*% (for F&U) af det årlige salg. Det fremgår af interne dokumenter fra parterne, at det formentlig er årsagen til, at parterne fortsat opretholder de mange forskellige mærker, idet afskaffelsen af et givet mærke risikerer at bryde loyalitetsforholdet til installatørerne, hvorved man mister fordelene af tidligere markedsføringsinvesteringer.
- (504) Den betydning, der tillægges mærkerne, kan naturligvis variere fra sektor til sektor og fra producent til producent. De er således langt vigtigere i forbindelse med det materiel, der vælges af installatører og mindre tavlemontører (dvs. til fordelingstavler, gruppetavler og monteringsmateriel), som normalt er loyale over for et bestemt mærke, end i forbindelse med det udstyr (navnlig hovedtavlerne), som de store tavlemontører eller projektlederne bestiller og indkøber. Tilsvarende vil producenterne investere mere eller mindre i deres mærker afhængigt af karakteren af det solgte udstyr og dets anvendelse (hvorvidt det først og fremmest skal anvendes i boliger eller kontorbyggeri eller tværtimod er beregnet til større industrianlæg).
- (505) Desuden viser Kommissionens undersøgelse, at mærket stadigvæk er en af de vigtigste bestemmende faktorer for installatørernes valg af materiel. Det skal også understreges,

---

<sup>182</sup> Svar på spørgsmål 106 i spørgeskema af 29. juni 2001.

at mærkernes betydning udgør en kraftig hindring for adgangen til markedet og for en øget spredning på markedet, eftersom installatørerne som oftest kun vil vælge produkter af de mest kendte mærker og altså undgå produkter fra producenter, de ikke kender godt. Legrand oplyser således<sup>183</sup>, at de producenter, som ikke er tilstrækkeligt kendt for at kunne levere et bredt sortiment af kvalitetsprodukter på lang sigt, står væsentligt ringere på grund af installatørernes og projektledernes modvilje mod at afprøve nye produkter, hvis effektivitet de ikke ved noget om.

- (506) Denne manglende efterspørgsel gør det også vanskeligt for nye aktører på markedet at etablere de nødvendige relationer til grossisterne, som vil være tilbøjelige til ikke at medtage sådanne produkter i deres kataloger. Visse producenter, f.eks. Moeller<sup>184</sup>, har således oplyst, at man ikke kan skaffe sig adgang til grossisterne uden at have et anerkendt mærke. Grossisternes modvilje mod at lagerføre produkter af mindre kendte mærker forstærker yderligere problemerne for nyttilkomne på markedet, fordi det gør det vanskeligere at få leveret deres produkter hurtigt, og dermed gør dem mindre attraktive for installatørerne.
- (507) Kommissionens undersøgelse viser også, at bredden i en producents produktsortiment er en anden vigtig faktor for succes. Det bekræftes også af parterne, som oplyser, at (i) for at være troværdig på markedet for fordelingstavler og gruppetavler skal man kunne tilbyde samtlige komponenter til sådanne tavler (skabe, sikringer, afbrydere, fejlstrømsafbrydere, betjeningsapparat m.m.), og at (ii) producenterne også skal kunne tilbyde komplette sortimenter af monteringsmateriel. De store producenter (som Schneider, Legrand, ABB, Siemens og GE) udbyder således hver over 2 000 varenumre for komponenter til fordelingstavler og over 5 000 varenumre for komponenter til gruppetavler. Produktkatalogerne fra de store producenter af monteringsmateriel og tilbehør hertil tæller ligeledes flere tusinde varenumre.
- (508) Det fremgår af svar fra konkurrenter og grossister, at producenterne har flere gode grunde til at udvide deres sortiment. Dels vil de gerne imødekomme et ønske fra grossisterne om at kunne begrænse antallet af leverandører eller i hvert fald favorisere de producenter, der tilbyder et bredt sortiment af produkter, for at nedbringe deres omkostninger mest muligt. Dels giver et bredt sortiment producenterne mulighed for at fordele omkostningerne ved logistik (for at garantere, at produkterne altid kan leveres meget hurtigt), markedsførings- og PR-investeringer (efteruddannelse af installatører, fagmesser m.m.), design, F&U m.m. på en større mængde produkter.
- (509) Hvad angår eltavler, skyldes kravet om et fuldstændigt sortiment også, at tavlerne for at kunne tilpasses hver enkelt installation skal kunne dække ganske mange forskellige konfigurationer. Producenterne er derfor nødsaget til at tilbyde et komplet sortiment af komponenter (med hensyn til ydeevne, type osv.). For hovedtavlernes og fordelings-tavlernes vedkommende gælder det desuden, at de komponenter, en given producent markedsfører, ikke altid kan tilpasses eller umiddelbart monteres på konkurrenternes tavler. I betragtning af de enkelte mærkers specielle egenskaber (med hensyn til ydeevne, monterings teknikker, dimensionering osv.) vil det være dyrt for tavle-montører og installatører at investere (uddannelsestid m.m.) i producenter, hvis produkter ikke kan anvendes til alle deres forskellige arbejdsopgaver.

---

<sup>183</sup> Legrand, formular 20-F SEC.

<sup>184</sup> Moeller, svar på spørgeskemaet i første fase.

- (510) Ligesom for mærkernes vedkommende udgør dette krav om et bredt sortiment også en hindring for adgangen til markedet og for større spredning mellem producenterne, fordi de omgående skal kunne levere et meget stort udvalg af produkter til deres kunder.

Hindringer for markedsadgangen

- (511) En producent, der vil ind som ny aktør på de pågældende markeder, skal starte fra bunden med at oparbejde en efterspørgsel, skaffe sig adgang til grossisterne og modstå konkurrencepresset fra de eksisterende konkurrenter.
- (512) Ud over disse hindringer skal nye aktører på markedet overvinde en række specifikke hindringer. For det første ser det ud til, at en ny aktør nødvendigvis må tilbyde et komplet sortiment af produkter for at gøre sig håb om at opnå den fornødne tillid hos et vist antal installatører og tavlemontører, før han overhovedet kan tænke på at skaffe sig adgang til grossisterne.
- (513) Det betyder, at en eventuel ny aktør enten må være en leverandør, der i forvejen er etableret i det pågældende land, og som ønsker at sprede sin produktion til fordelings- eller gruppetavler, eller en udenlandsk producent, der råder over et komplet sortiment af komponenter til fordelings- eller gruppetavler.
- (514) Det fremgår også af Kommissionens undersøgelse, at den førstnævnte mulighed næppe er realistisk. Som eksempel kan nævnes, at det af oplysninger fra parterne fremgår, at der for at kunne producere miniafbrydere eller afbrydermateriel konkurrencedygtigt kræves investeringer på [20-50]\* mio. EUR og en opstartstid på [1-5]\* år. Vanskelighederne er tilsyneladende endnu større i relation til fordelings-tavler, fordi de teknisk set er mere komplicerede. Schneider oplyser således, at udviklingen af deres nyeste afbrydermateriel har kostet næsten [400-1 200]\* mio. EUR i F&U-omkostninger. Selv hvis den potentielle nye aktør i forvejen var aktiv på beslægtede markeder (ved f.eks. i forvejen at markedsføre fordelingsstavler og nu har til hensigt at komme ind på markedet for gruppetavler), skulle den pågældende foretage investeringer for at tilpasse eller udvide sit produktionsudstyr, og det ville vare flere år, før der var tale om reel markedsadgang.
- (515) Kommissionens undersøgelse bekræfter, at det ikke er realistisk at forestille sig, at en udenlandsk leverandør vil kunne komme ind på markedet i et andet land. I dette tilfælde ligger hindringen ikke så meget på produktionssiden som på efterspørgsels-siden. Som nævnt vil problemet for den nye aktør være at skulle oparbejde en efterspørgsel i det nye land og opnå den fornødne adgang til grossisterne. Ifølge parterne begynder en ny aktør normalt med at sælge direkte til tavlemontørerne for at skabe en efterspørgsel, som derefter vil give ham mulighed for at tilbyde sine produkter til grossisterne, der gradvist vil medtage dem i deres sortiment. Dette forløb i flere faser indebærer, at det næppe vil være muligt at komme ind på markedet for gruppetavler, eftersom disse produkter primært vælges af installatører, som er loyale over for deres eksisterende mærke og forlanger, at produkterne skal kunne leveres omgående (hvilket forudsætter, at producenten i forvejen har adgang til grossisterne). Det viser, at selv inden for gruppetavler vil en ny potentiel aktør på markedet næppe kunne tage en hård konkurrence op, før der er gået adskillige år.
- (516) Parterne henviser i deres svarskrivelse til Gewiss' indgang for nylig på markedet for gruppetavler som modargument mod den ovenfor beskrevne vurdering. Kommissionen finder, at dette eksempel ikke modsiger dens påstand om betydelige hindringer

for markedsadgangen. For det første ekspanderede Gewiss takket være en i forvejen solid position i Italien inden for monteringsmateriel. Med udgangspunkt i et eksisterende kundegrundlag og efter i forvejen at være solidt etableret hos grossisterne skulle firmaet således ikke overvinde de største af de ovenfor beskrevne adgangshindringer og havde altså de bedst tænkelige forudsætninger for at komme ind på markedet for eltavler. For det andet kunne Gewiss undgå visse konstruktions- og produktionsproblemer ved at indkøbe bestemte former for materiel (navnlig afbrydere) hos ABB. På trods af denne privilegerede situation har Gewiss dog højest opnået en andel på [0-10]\*% af salget af miniafbrydere til gruppetavler og fordelingstavler i Italien. Dette eksempel bekræfter således, at selv for i forvejen solidt etablerede konkurrenter er det umuligt at udøve noget konkurrencemæssigt pres af betydning, før der er gået adskillige år. Ud fra dette kan man forestille sig, hvor svært det må være for en ny aktør, der befinder sig i en mindre gunstig situation.

### En meget lidt prisfølsom efterspørgsel

- (517) Som det fremgår af rapporten fra Crédit Suisse First Boston<sup>185</sup> og interne dokumenter fra parterne<sup>186</sup>, afhænger efterspørgslen efter elmateriel primært af bygge- og renoveringsprojekter inden for industrien, servicesektoren og boligsektoren. Beslutningerne om at iværksætte sådanne projekter påvirkes ikke af priserne på elmateriel. Dels udgør elinstallationen i mange tilfælde kun en begrænset del af de samlede omkostninger ved projektet (i forhold til udgifterne til murer- og malerarbejde, vvs m.m.), dels repræsenterer elmateriellet ofte kun 20% af de samlede omkostninger ved installationen (de resterende 80% er primært udgifter til arbejdskraft). En forøgelse af alle priser på elmateriel vil derfor kun få begrænset indvirkning (eller slet inden indvirkning på efterspørgslen efter det pågældende materiel).
- (518) Parterne anfægter i deres svarskrivelse, at efterspørgslen skulle være så lidt prisfølsom. De bygger det på resultaterne af NERA's undersøgelse, hvoraf det fremgår, at en salgskampagne for et givet produkt medfører øget salg af det pågældende produkt (i hvert fald i kampagneperioden).
- (519) Kommissionen kan ikke godtage dette argument. For det første noterer den sig, at parterne sammenblander elasticiteten på markedet (som er udtryk for, i hvilket omfang en hypotetisk monopolvirksomhed med fordel ville kunne forhøje priserne) og krydselasticiteten mellem producenter (som er udtryk for, i hvilket omfang en given producent er underlagt konkurrencepres fra en anden given producent). Disse to former for elasticitet er mål for forskellige former for konkurrencepres: den samlede elasticitet på markedet afspejler den konkurrence, som produkter uden for markedet giver samtlige produkter inden for markedet, og krydselasticiteten er et mål for, hvor stort et konkurrencepres et produkt på markedet kan lægge på et andet produkt på markedet. Som eksempel kan nævnes, at markedselasticiteten for afbrydere er et mål for, hvor mange afbrydere der ikke ville blive købt i tilfælde af en stigning på 1% i prisen på afbrydere. Derimod er krydselasticiteten mellem producenterne A og B mål for, hvor meget salg A ville miste i tilfælde af en nedsættelse på 1% i prisen på B's afbrydere. På markeder med differentierede produkter, som det er tilfældet her, er det slet ikke umuligt, at den samlede markedselasticitet vil være meget anderledes end krydselasticiteten mellem producenter. Parternes argumenter om en kraftig kryds-

---

<sup>185</sup> Rapport om Legrand fra Crédit Suisse First Boston (11. september 2000).

<sup>186</sup> Legrand, "Plans Moyens Termes" og Schneider, "3-Year Plan".

elasticitet ændrer således ikke ved Kommissionens analyse af den samlede elasticitet på markedet.

- (520) Kommissionen kan i øvrigt ikke tilslutte sig de konklusioner, parterne drager af NERA's undersøgelse. Som tidligere nævnt beviser det forhold, at salgskampagnerne midlertidigt øger salget af det berørte materiel, ikke, at dette salg er erobret fra konkurrenterne. Som anført i betragtning 496 og 497 ovenfor kunne andre mulige og formentlig også sandsynlige forklaringer være et ønske om at øge lagerbeholdningen eller, at salget går fra salget af andre produkter fra samme producent. De data, NERA fremlægger, giver således ikke mulighed for at vurdere krydselasticiteten mellem producenter.

#### C.1.2 Schneider og Legrand bliver ved fusionen en uomgængelig aktør på de berørte markeder

##### Markedsandele, der tyder på en dominerende stilling

##### Beregningsmetode

- (521) Parterne hævder, at fusionen ikke medfører, at der bliver tale om skabelse eller styrkelse af en dominerende stilling på markederne i tilknytning til fordelings- og gruppetavler. Navnlig skulle den fusionerede enheds salgsandele ifølge parterne ikke overstige [15-35]\*% på fællesskabsplan og højst blive [35-55]\*% på nationalt plan (i Frankrig).
- (522) Kommissionen mener dog, at den af parterne foreslåede metode til beregning af markedsandelene resulterer i en kraftig undervurdering af producenternes faktiske positioner på de berørte markeder.
- (523) Parterne har således beregnet producenternes markedsandele ved at dividere producenternes direkte salg til kunder (primært grossister og tavlemontører) med summen af elinstallatørernes (dvs. grossisterne og tavlemontørernes kunder) køb af de tilsvarende produkter. Der er således ikke overensstemmelse mellem nævner og tæller, eftersom den førstnævnte omfatter den del af værditilvæksten, der kan tilskrives tavlemontører og grossister, plus beløbet for de forskellige tavlekomponenter, som normalt ikke leveres af producenterne, men som indbygges af tavlemontørerne. Eftersom disse elementer kan løbe op i betydelige værdier ([10-30]\*% for grossisterne, [10-30]\*% for tavlemontørerne og [10-30]\*% for de forskellige komponenter), resulterer de i en kraftig undervurdering af producenternes markedsandel og skal derfor ikke medregnes i værdien af det samlede marked. Den anvendte metode ville give det absurde resultat, at et hypotetisk monopol inden for fremstilling af en afgørende komponent (f.eks. miniafbrydere) ikke ville få en markedsandel på 100%, men skulle "dele" sin markedsandel med sine kunder.
- (524) Parterne har derfor på Kommissionens begæring fremlagt korrigerede skøn over markedsandelene, hvori hverken er medregnet værditilvæksten eller avancen hos aktørerne i senere omsætningsled (grossister og tavlemontører) eller beløbet for komponenter, der ikke leveres af producenterne.
- (525) Parterne har ligeledes foreslået, at man til det samlede marked medregner salg fra visse producenter, som er vertikalt integreret (ABB og Siemens) som installatører eller tavlemontører. Kommissionen kan ikke tilslutte sig dette synspunkt og mener tværtimod, at dette salg ikke må medregnes hverken i beregningen af størrelsen af det

samlede marked eller i de pågældende aktørers markedsandele. For det første er disse tal ikke sammenlignelige med det øvrige salg og indebærer dermed en gentagelse af de systematiske fejl, der gjorde sig gældende i parternes første beregninger - det burde have været de pågældende virksomheders interne salg, der indgik i beregningerne. For det andet skal det understreges, at selv om parterne måtte have beregnet de pågældende tredjeparters interne salg korrekt, vedrører dette salg produkter, som ikke har været bragt på markedet, og som altså ikke har været udsat for konkurrence. Eftersom det interne salg ikke er undergivet reelle markedsvilkår, har det ingen indvirkning på producenternes markedsstyrke på det "frie" marked. Medregningen af dette salg vil derfor ikke afspejle producenternes markedsstyrke. Det vil altså resultere i en undervurdering af den markedsstyrke, de pågældende producenter kan udnytte over for deres direkte kunder.

- (526) Kommissionen har i øvrigt forsøgt at verificere omfanget af det interne salg, parterne tillægger ABB og Siemens i deres skøn over markedsandelene. Ifølge parterne skulle dette integrerede salg udgøre ca. [400-1 200]\* mio. EUR for hver af de to virksomheder. Disse tal bør ikke indgå i beregningerne af markedsandele uden modifikationer, fordi de ifølge parterne repræsenterer en omsætning, der hidrører fra salget til installatører. Der skal således fraregnes arbejdskraftomkostninger (ca. 80%), værditilvæksten hidrørende fra tavlemontøren (15% af restbeløbet) og distributørernes avance (20% af restbeløbet), før de kan indgå som sammenlignelig værdi i beregningerne af markedsandele. De tal for det interne salg, de pågældende virksomheder selv har oplyst, er da også væsentligt lavere og medfører ingen større forskel mellem markedsandelene, beregnet eksklusivt internt salg, og de nedenfor anførte markedsandele.
- (527) Ved høringen oplyste en repræsentant for Siemens, at virksomhedens interne salg udgjorde under 5% af omsætningen for eltavler. De fortrolige oplysninger om det interne salg, som de øvrige tredjeparter har afgivet under Kommissionens rundspørge, stemmer ligeledes overens med tallet på 5%. Parternes skøn på [400-1 200]\* mio. EUR for omsætningen fra deres konkurrenters integrerede salg svarer således til ca. [50-100]\* mio. EUR i internt salg (når man har fraregnet arbejdskraftomkostninger, værditilvækst hidrørende fra tavlemontører samt distributørernes avance). Parterne anslår størrelsen af markedet for fordelings- og gruppetavler i Europa (eksklusiv værditilvækst hidrørende fra tavlemontører samt grossisternes avance) til ca. [2 000-4 000]\* mio. EUR. Forholdet mellem det interne salg og størrelsen af de pågældende markeder er i henhold til parternes skøn således [0-10]\*%, dvs. nogenlunde i overensstemmelse med det af Siemens foretagne skøn.
- (528) Konklusionerne vedrørende markedsandele berøres ikke af, om dette interne salg medregnes. Hvis man som en meget forsigtig hypotese forudsætter, at det kun er Schneider og Legrand, der ikke har noget internt salg, og at resten af aktørerne på markedet gennemfører [0-10]\*% af deres salg inden for deres egen koncern, og hvis man medregner dette interne salg i størrelsen af det samlede marked, vil den fusionerede enheds samlede markedsandel på hvert af de berørte markeder kun blive højst tre procentpoint mindre. Det har kun marginal betydning, når det drejer sig om så store markedsandele, og ændrer i realiteten intet ved den fusionerede enheds relative størrelse i forhold til konkurrenterne.
- (529) På baggrund af det foranstående mener Kommissionen, at markedsandelene udelukkende bør beregnes på grundlag af parternes og deres konkurrenters eksterne direkte salg til kunder. Markedets størrelse (og aktørernes dertil svarende salg på markedet) bør hverken omfatte de vertikalt integrerede producenters interne salg eller



den værditilvækst og den avance, der hidrører fra transaktioner (tavlernes montering, grossisternes ydelser) i senere omsætningsled. Det er på dette grundlag, de markedsandele, der figurerer overalt i resten af det foreliggende dokument, er beregnet.

#### *Fordelingstavler*

- (530) For så vidt angår fordelingstavler og tilhørende komponenter (afbrydermateriel, miniafbrydere og skabelementer), vil fusionen kun forøge parternes markedsandele i Frankrig, Italien og Norge, som er de eneste lande, hvori Legrand opererer.
- (531) Tabel 27 nedenfor viser parternes skøn over grundlaget for salg af afbrydermateriel, miniafbrydere og tavleskabe.

**TABEL 27**

Tal for 2000	Afbrydermateriel (%)				Miniafbrydere (%)				Skabe (%)			
	F	IT	N	EØS	F	IT	N	EØS	F	IT	N	EØS
<b>Schneider</b>	[60-70]*	[30-40]*	[20-30]*	[30-40]*	[60-70]*	[20-30]*	[0-10]*	[30-40]*	[30-40]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
<b>Legrand</b>	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[20-30]*	[0-10]*	[0-10]*
<b>S + L</b>	[60-70]*	[40-50]*	[20-30]*	[30-40]*	[70-80]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[50-60]*	[40-50]*	[20-30]*	[20-30]*
<b>Hager</b>	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
<b>Siemens</b>	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*
<b>ABB</b>	[0-10]*	[20-30]*	[30-40]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[50-60]*	[20-30]*	[0-10]*	[20-30]*	[50-60]*	[10-20]*
<b>GE</b>	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*

*Kilde:* E-mail fra parterne af 25. juli 2001.

- (532) Disse tal er i overensstemmelse med de markedsandele for parterne – selv om de generelt er lidt lavere – som er anslået på grundlag af et marked, hvis størrelse er beregnet ud fra de tredjeparters salg, som af parterne selv er betegnet som aktive på markedet; de pågældende tal er oplyst som svar på Kommissionens rundspørge.
- (533) Det fremgår af disse skøn over markedsandele, at den anmeldte fusion vil give den fusionerede enhed en meget stærk stilling på det franske og det italienske marked for afbrydermateriel, miniafbrydere og skabe til fordelingstavler med henholdsvis [70-80]\*% og [40-50]\*% af de pågældende markeder. Med undtagelse af de konkurrenter, der figurerer i tabel 27, vil den fusionerede enhed kun få spredt konkurrence fra tavlemontører. Den fusionerede enhed vil også blive den stærkeste aktør på europæisk plan med salgsandele for afbrydermateriel og miniafbrydere på lidt under [40-50]\*%.

#### *Gruppetavler*

- (534) Fusionen vil give øgede markedsandele i samtlige medlemsstater. Det ser dog ud til, at den kun vil medføre konkurrencemæssige problemer i fem lande (Frankrig, Italien, Danmark, Spanien og Portugal). Parternes og deres konkurrenters markedsandele i disse lande (og på fællesskabsplan) fremgår af nedenstående tabel:

**TABEL 28**

Tal for 2000	Miniafbrydere (%)						Fejlstrømsafbrydere (%)						Skabe (%)					
	P	E	F	I	DK	EØS	P	E	F	I	DK	EØS	P	E	F	I	DK	EØS
Schneider	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[20-30]*	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[10-20]*	[30-40]*	[20-30]*	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[10-20]*
Legrand	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[20-30]*	[0-10]*	[0-10]*
S + L	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[50-60]*	[40-50]*	[40-50]*	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[50-60]*	[40-50]*	[30-40]*	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[30-40]*	[40-50]*	[20-30]*
Hager	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[0-10]*	[20-30]*	[20-30]*
Siemens	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*
ABB	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
GE	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

Kilde: Parternes skøn.

- (535) Disse tal er i overensstemmelse med de markedsandele for parterne – selv om de generelt er lidt lavere – som er anslået på grundlag af et marked, hvis størrelse er beregnet ud fra de tredjeparters salg, som af parterne selv er betegnet som aktive på markedet; de pågældende tal er oplyst som svar på Kommissionens rundspørge.
- (536) Det betyder, at den anmeldte fusion vil resultere i meget stærke positioner på markederne for miniafbrydere, fejlstrømsafbrydere og skabe til gruppetafslået i Portugal og Danmark og styrke en i forvejen førende stilling for Schneider i Spanien og Frankrig og for Legrand i Italien.

#### Hovedafbrydere

- (537) Som nævnt opfylder de såkaldte hovedafbrydere helt specielle formål (primært måling af forbruget og sikring mod energitveri), og dette materiel kræves kun i visse medlemsstater. I praksis vil den anmeldte fusion kun give større markedsandele for denne form for materiel i Frankrig og Portugal. Forøgelsen af markedsandelene fremgår af tabel 29 nedenfor. De markedsandele, der tillægges Schlumberger, er medregnet i den fusionerede enheds markedsandele, fordi de produkter, Schlumberger sælger, fremstilles af virksomheden SERD, der kontrolleres af Legrand, og hvori Schlumberger har en minoritetsaktiepost på [30-40]\*%. Man skal desuden være opmærksom på, at Hager tilsyneladende køber de produkter, virksomheder sælger i Frankrig, hos Schneider<sup>187</sup>.

**TABEL 29**

Hovedafbrydere
----------------

<sup>187</sup> E-mail fra parterne af 28. februar 2001.

	<b>P</b>	<b>F</b>
Schneider	[30-40]*	[40-50]*
Legrand	-	[30-40]*
Schlumberger	[20-30]*	[10-20]*
S + L	[60-70]*	[90-100]*
Hager	-	[0-10]*
GE	[30-40]*	-

Kilde: Parternes skøn

### "Komplette løsninger"

- (538) Som nævnt ændrer en undersøgelse af markedsandelene i relation til samtlige de komponenter, der indgår i en bestemt type tavle, dvs. "komplette løsninger", således som de er beskrevet af parterne, ikke væsentligt ved konklusionerne vedrørende de enkelte komponenter. For så vidt angår "komplette løsninger", fremgår parternes og deres konkurrenters markedsandele af nedenstående tabel.

### TABEL OVER MARKEDSANDELE FOR "KOMPLETTE LØSNINGER"

	Fordelingstavler					Gruppetavler				
	<b>F</b>	<b>I</b>	<b>N</b>	<b>EØS</b>	<b>P</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>I</b>	<b>DK</b>	<b>EØS</b>
Schneider	[40-50]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[30-40]*	[40-50]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[20-30]*
Legrand	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[0-10]*	[10-20]*
<b>S + L</b>	<b>[50-60]*</b>	<b>[30-40]*</b>	<b>[10-20]*</b>	<b>[20-30]*</b>	<b>[40-50]*</b>	<b>[50-60]*</b>	<b>[70-80]*</b>	<b>[40-50]*</b>	<b>[40-50]*</b>	<b>[30-40]*</b>
Hager	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[0-10]*	[20-30]*	[20-30]*
Siemens	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*
ABB	[0-10]*	[20-30]*	[40-50]*	[10-20]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*
GE	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*

Kilde: Parterne.

- (539) For gruppetavlernes vedkommende er markedsandelene i relation til "komplette løsninger" de samme som for komponenterne. For fordelingstavlernes vedkommende er markedsandelene i relation til "komplette løsninger" en smule mindre end for komponenterne. Man skal dog være opmærksom på, at ovenstående skøn for fordelingstavlernes vedkommende undervurderer den fusionerede enheds reelle markedsandel. Tallene, som er fremlagt af parterne, er beregnet på grundlag af samlede størrelser, hvori er medregnet produkter, der normalt ikke fremstilles af producenter af lavspændingsmateriel. Disse produkter udgør [20-30]\*% af en tavles værdi (før værditilvækst). Når først denne misvisende faktor er elimineret, svarer markedsandelene i relation til hele tavler med de ovenfor beregnede markedsandele for de enkelte komponenter.

### En markedsstyrke uden sidestykke

- (540) Den fusionerede enhed Schneider/Legrand vil med den anmeldte fusion få en markedsstyrke uden sidestykke både med hensyn til relativ størrelse på de relevante markeder, fjernelse af en konkurrencefremmende faktor gennem bortfaldet af konkurrenceforholdet mellem Schneider og Legrand på visse markeder og opnåelsen af førende positioner på andre markeder, men også gennem den fusionerede enheds samlede produktsortiment, geografiske dækning og alle de mærker, den vil kunne markedsføre.
- (541) Den fusionerede enhed vil også overtage alle moderselskabernes konkurrencemæssige fordele, navnlig deres mærkers solidt omdømme, deres enorme produktsortiment og deres gode forbindelser med installatørerne og de nationale grossister. Alle disse faktorer vil dels forstærke installatørernes og tavlemontørernes loyalitet yderligere og betyde, at den fusionerede enhed bliver en uomgængelig aktør på disse markeder, dels udgøre en hindring for udviklingen af konkurrerende mærker og for nye producenters adgang til markedet.

### *En enhed af en størrelse uden sidestykke*

- (542) Det fremgår af oplysninger fra parterne, at den fusionerede enhed vil få en meget stærk position både i absolut henseende og i forhold til de mest direkte konkurrenter. På markedet for afbrydere til fordelingstavler vil den fusionerede enheds markedsandel i Frankrig blive syv gange så stor som den nærmeste konkurrents, GE. I Italien bliver markedsandelen næsten dobbelt så stor som den anden aktørs, ABB. På markederne for komponenter til gruppetavler vil den fusionerede enhed blive næsten dobbelt så stor som den nærmeste konkurrent i Portugal og Danmark, tre gange så stor som den nærmeste konkurrent i Frankrig og Italien og fire gange så stor som den nærmeste konkurrent i Spanien.
- (543) Ovenstående tabel over markedsandele viser også, at enten den ene eller den anden af parterne i forvejen står meget stærkt på de pågældende markeder. Legrand er således den ubestridte "market leader" inden for gruppetavler i Italien, mens Schneider indtager en klar førsteplads i Spanien (både for fordelingstavler og gruppetavler) og i Frankrig. Fænomenet er endnu mere markant i relation til gruppetavler i Frankrig, hvor Schneider og Legrand indtager henholdsvis førstepladsen og andenpladsen (sammen med Hager) målt efter størrelsen af salget.
- (544) Det betyder, at den anmeldte fusion, på trods af betydelige overlapninger mellem Schneider og Legrand, ikke skal analyseres som en fusion mellem to aktører af gennemsnitsstørrelse, der pludselig bliver førende inden for deres sektor, men snarere som en kraftig styrkelse af den eksisterende "market leader" (gennem erhvervelse af flere mærker og supplerende aktiviteter) og fjernelse af en umiddelbar konkurrent.

### *Eliminering af konkurrenceforholdet mellem Schneider og Legrand og opnåelse af en ubestridt førerstilling på de berørte markeder*

- (545) Før fusionen var enten den ene eller den anden af parterne i forvejen den konkurrencemæssige reference på de berørte markeder. Det gælder især Schneider i Danmark, Spanien, Portugal og Frankrig (for fordelingstavler og gruppetavler og komponenter hertil) og for Legrand i Italien. Det fremgår ligeledes, at den mindst stærke part også havde en betydelig position på disse markeder, et godt omdømme og en

fortrinsstilling, hvad angår adgangen til de store internationale grossister. Det gælder især for Legrand i Frankrig, hvor denne virksomhed har en meget betydelig position på andre markeder for lavspændingsmateriel. I forbindelse med den foreliggende beslutning kan det også konstateres, at Legrand i forvejen har en dominerende stilling på markederne for stikkontakter og afbrydere, specialiseret elmateriel, fastgørelses- og forgreningsmateriel og uafhængige nødbelysningsystemer. Legrand har kunnet befæste sin stilling på de sidstnævnte markeder yderligere via sine aktiviteter inden for eltavler, som har givet virksomheden lettere adgang til grossisterne og gjort Legrands mærker mere kendt. Omvendt bemærker Legrand i sin plan på mellemlang sigt for Frankrig [...]\*

- (546) Fusionen vil styrke denne position yderligere. Det er således indlysende, at fusionen ved at kombinere de to parter aktiviteter vil give den fusionerede enhed mulighed for at forstærke sit greb om markedet og øge afstanden til de nærmeste konkurrenter. Fusionen mellem Schneider og Legrand vil også eliminere konkurrenceforholdet mellem de to virksomheder, som forekommer at være et centralt led i konkurrencen i de pågældende lande.
- (547) F.eks. er der tilsyneladende særligt hård konkurrence mellem Schneider og Legrand i Frankrig i relation til fordelings- og gruppetavler, eftersom Schneider (der traditionelt har sigtet mod kontorbyggeri og industri) ifølge interne dokumenter fra Legrand<sup>188</sup> nu forsøger at komme ind på markedet for elmateriel til boligbyggeri og detronisere Legrand på dette marked. Da Schneider og Legrand er de to største leverandører af fordelingsstavler og gruppetavler i Frankrig, er konkurrencen mellem disse to virksomheder i vidt omfang afgørende for konkurrencen på alle disse markeder. Det underbygges yderligere af, at Legrands mærker er særdeles velrenommerede i Frankrig, hvor virksomheden har privilegeret adgang til engrosledet takket være sin stilling på markederne for monteringsmateriel. F.eks. betegner Legrand det forhold, at virksomheden er stærkt repræsenteret hos installatørerne via andre produkter, som et "solidt holdepunkt"<sup>189</sup>. Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at det samme gør sig gældende i Portugal: således anføres det i dokumenter fra Legrand [...]\*
- (548) Sideløbende hermed vil fusionen give den fusionerede enhed mulighed for at opnå en ubestridt "market leader"-position på markederne for komponenter til gruppetavler i Portugal og Danmark, hvor udenforstående virksomheder før fusionen gav parterne en ikke ubetydelig konkurrence (i relation til markedsandele).
- (549) Endelig vil den anmeldte fusion styrke parternes i forvejen dominerende stilling på henholdsvis markederne for komponenter til fordelingsstavler i Frankrig og Italien og markederne for komponenter til gruppetavler i Spanien, Frankrig og Italien.

*Den fusionerede enhed vil få flere varemærker end nogen af konkurrenterne*

- (550) Før fusionen udbød hver af parterne en meget bred vifte af produkter inden for sektoren for elektrisk lavspændingsudstyr. De besad på de fleste områder meget betydeligt markedsandele for visse af disse produkter og i visse geografiske områder. Den anmeldte fusion vil således gøre det muligt for parterne at forene Schneiders stærke position i de nordiske lande, for så vidt angår elektrisk udstyr til tilslutning

---

<sup>188</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

<sup>189</sup> Legrand, "Plans à 3 ans"

efter gruppetavlerne, med Legrands stærke position i Sydeuropa. Schneider har endvidere en stærk position inden for alle kategorier af eltavler og støtter dermed Legrands stærke position inden for alle produkter til tilslutning efter tavlerne.

- (551) Efter fusionen vil der kun være to EØS-lande (Tyskland og Finland), hvor den fusionerede enhed ikke indtager dominerende stillinger. Mere overordnet skal det ligeledes bemærkes, at Schneider har erklæret, at virksomheden er nummer to på verdensplan inden for elektrisk lavspændingsudstyr, mens Legrand er "market leader" på verdensplan inden for distribution af monteringsmateriel. Nedenstående tabel viser den fusionerede enheds styrke på samtlige markeder for lavspændingsmateriel.

**TABEL 30**

	Hoved-tavler	Fordelings-tavler	Gruppe-tavler	Kabel-førings-veje	Kanal-skinne-systemer	Monterings-materiel	Fastgørelses-og forgrenings-materiel	Integreret kabel-føring
Østrig	*****	***	*	-	*****	**	-	***
Belgien	*****	*****	***	*	*****	**	-	***
Tyskland	*	-	-	-	***	-	-	-
Danmark	***	*****	*****	**	*****	*****	*****	*
Spanien	****	*****	*****	-	****	***	*	**
Frankrig	*****	*****	*****	-	*****	*****	*****	*****
Finland	*	***	**	-	**	***	**	**
Grækenland	*	**	**	-	*****	*****	-	*
Italien	***	*****	*****	**	**	*****	**	*
Irland	***	***	**	-	*****	*	-	-
Nederlandene	****	***	**	***	****	-	-	*
Portugal	***	***	****	-	*****	****	-	*****
Det Forenede Kongerige	*****	****	***	****	*	*	-	**
Sverige	**	***	***	*****	*****	****	***	*****
Norge	**	**	**	****	**	****	*****	*****
EØS i alt								

Tegnforklaring: én stjerne (\*) repræsenterer en markedsandel på mellem 10 og 20% og så fremdeles op til fem stjerner (\*\*\*\*\*), som repræsenterer alle markedsandele på over 50%.

Kilder: Markedsandele i 1999 oplyst af parterne i formular CO og efterfølgende.

- (552) Man skal bemærke, at parterne vil få en meget stærk stilling med markedsandele på over [40-60]\*% på samtlige franske markeder med undtagelse af markedet for kabelføringsveje og markedet for integreret kabelføring (men dog over [40-60]\*%). Ingen af Schneiders/Legrands konkurrenter kan tilbyde et sådant udvalg af produkter og en sådan geografisk dækning med stærke positioner på de omhandlede markeder. Kun ABB vil kunne tilbyde et produktudvalg og få en geografisk dækning, der tåler sammenligning med den fusionerede enheds.
- (553) Af de øvrige producenter er kun Siemens og Hager aktive på flere produktmarkeder og geografiske markeder i EØS. Alle de øvrige konkurrenter er enten lokale aktører eller nicheaktører, som primært opererer på markederne for monteringsmateriel.

*Den fusionerede enhed vil få et udvalg af varemærker uden sidestykke.*

- (554) Den ene og/eller den anden af parternes styrke på de enkelte markeder er som regel begrundet i deres mærkers stærke position. Parterne oplyser selv<sup>190</sup>, at de råder over et udvalg af meget fine og forskelligartede varemærker og desuden har vist, at de er fuldt ud i stand til at forvalte flere varemærker med sigte på hele tiden at holde sig tæt på markedet, og at de derfor ved alt om, hvordan man får størst økonomisk fordel af disse mærker.
- (555) Der hersker ikke tvivl om kvaliteten af Schneiders og Legrands mærker og disse mærkers omdømme. I Italien, hvor Legrand benytter både Legrands eget mærke og især Bticino-mærket, henviser Legrand<sup>191</sup> til "Bticino-mærkets omdømme", "synergien i den kombinerede brug af Legrands og Bticinos mærker" og "mærkets renommé og [...] til virksomheden og produktet", som tre af sine vigtigste styrkepunkter. Schneider<sup>192</sup> gør opmærksom på, at virksomhedens mærke, Eunea Merlin Gerin, allerede nu er "en væsentlig aktør" på markedet, og at det vil kunne konsolideres yderligere ved at blive forbundet med Schneider-mærkets solide image. Endelig oplyser Legrand, at det er en stor styrke for virksomheden at være så kendt i Frankrig. Det er indlysende, at den bekendthed og det image, som er forbundet med parternes varemærker, forstærkes af, at de er repræsenteret inden for den væsentligste del af sektoren for lavspændingsmateriel, således som det er illustreret ovenfor i tabel 30.
- (556) Det fremgår af interne dokumenter<sup>193</sup> fra parterne, at et mærkes omdømme i sig selv kan være en betydelig konkurrencemæssig fordel. Det forekommer navnlig at være tilfældet i Italien, hvor markedet skulle være centreret omkring de tre største mærker (Bticino, ABB og Merlin Gerin), og i Frankrig, hvor kunderne ifølge parterne har behov for den sikkerhed, der er forbundet med et kendt mærke.
- (557) Det fremgår dog også af Kommissionens undersøgelse, at styrken i Schneiders og Legrands varemærker bygger på deres evne til at imødekomme installatørers og tavlemontørers behov. Kommissionen har således anmodet grossisterne om at opstille producenterne i rækkefølge for hvert enkelt land på grundlag af følgende ni kriterier: kvalitet, mærke, pris, hurtig levering, design og udformning, let installering, avanceret teknologi, komplet produktsortiment og endelig teknisk assistance. Det fremgår af dette rundspørge, at på nær nogle få undtagelser figurerer Schneider generelt blandt de tre bedste leverandører i relation til samtlige kriterier, og at Schneider og Legrand i Frankrig og Italien i de fleste tilfælde kommer ind på en første- og andenplads i relation til samtlige kriterier.
- (558) Som nævnt er de berørte markeder præget af stærk mærkeloyalitet fra installatørers og tavlemontørers side. Parternes stærke konkurrencepositioner kombineret med deres evne til effektivt at imødekomme kundernes behov udgør således et særdeles solidt grundlag for deres aktiviteter.
- (559) Det fremgår dog også, at parterne hvert år foretager betydelige investeringer i salgsfremmende foranstaltninger og kundepleje. Parterne oplyser således, at de holder tæt

---

<sup>190</sup> Informationsmøde hos Schneider Electric/Legrand, 15. januar 2001.

<sup>191</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

<sup>192</sup> Schneider, "3-Year Plan (2001-2002-2003)".

<sup>193</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

forretningsmæssig kontakt med kunden for at hjælpe denne til at udvælge de mest hensigtsmæssige produkter, navnlig gennem netværk af agenturer og salgskontorer i de enkelte lande, og de tilbyder en bred vifte af produkter og serviceydelser for at styrke deres kontakter og relationer med installatørerne. For produkternes vedkommende drejer det sig om software til beregning og dimensionering af elektriske installationer samt tekniske vejledninger, og for serviceydelsens vedkommende er der tale om efteruddannelseskurser (hos Legrand), telefonisk online-assistance samt svar på tekniske spørgsmål m.m. Som nævnt kan disse foranstaltninger udgøre op til [10-30]\*% af omsætningen.

- (560) Desuden tyder visse interne dokumenter fra parterne på, at deres indsats i denne retning kan være væsentligt mere omfattende end deres konkurrenters. Legrand<sup>194</sup> oplyser således, at Bticino i Italien er den virksomhed, som har det tætteste netværk af sælgere på markedet. Schneider<sup>195</sup> omtaler på samme måde sin ambition om at skabe et enestående tæt forhold til hver enkelt kunde på det franske marked. Endelig henviser Schneider<sup>196</sup> til det tætte salgsnet i Spanien som et af sine største konkurrencemæssige fortrin, [...]\*.
- (561) Man skal være opmærksom på, at installatørernes og tavlemontørernes loyalitet styrkes yderligere af parternes brede produktsortiment (på alle niveauer i elinstallationerne) og af deres i visse tilfælde ganske stærke konkurrencemæssige stilling inden for andre produkter, der købes af installatører, således som det fremgår af tabel 30 ovenfor. Det gør parternes produkter endnu mere kendte og benyttede og er med til at gøre installatørerne mere fortrolige med disse mærker, så de i højere grad vil anvende netop de eltavler. Legrand<sup>197</sup> oplyser, [...]\*.
- (562) Den anmeldte fusion vil også give den fusionerede enhed bedre mulighed for at udnytte sin markedsstyrke ved at udbygge og fremhæve sine mærker. Det vil få parterne til at stå endnu stærkere i deres relationer med grossisterne. Ved at promovere mærkerne på de segmenter inden for de tre relevante anvendelsesområder (industribyggeri, kontorbyggeri og boligbyggeri), hvor parterne indtager referencepositioner på de berørte markeder, vil de bedre kunne isolere virkningerne af deres foranstaltninger på konkurrenterne.
- (563) For det første vil fusionen give den fusionerede enhed mulighed for at udvide sin forhandlingsstyrke i forhold til grossisterne til at omfatte alle de mærker, den markedsfører. Efter fusionen vil den fusionerede enhed således kunne beslutte at lade Legrand markedsføre [...]\*, som [...]\* ellers har haft. Det vil navnlig styrke Legrand i [...]\*, hvor den begrænsede distribution af virksomhedens produkter og det begrænsede udvalg af disse produkter hos de store grossister nævnes<sup>198</sup> som noget af det, der svækker Legrands stilling i dette land. Legrand vil også kunne forbedre adgangen til grossisterne i [...]\*, hvor det tilsyneladende tidligere har været en hindring for virksomhedens udvikling. Endelig vil Schneider kunne få øget adgang til engrosledet i Italien takket være den position, Legrand har opnået i dette land.

---

<sup>194</sup> Legrand, "Plans Moyens Termes".

<sup>195</sup> Schneider, "3-Year Plan".

<sup>196</sup> Schneider, "3-Year Plan".

<sup>197</sup> Legrand, "Plans Moyens Termes".

<sup>198</sup> Legrand, "Plans Moyens Termes".



- (564) Fusionen vil også give mulighed for at gøre begge parter mærker mere kendte og udbredte, eftersom de kan lade deres markedsføringskampagner og kundeplejeforanstaltninger i de pågældende lande omfatte begge parter mærker.
- (565) Det fremgår ligeledes af Kommissionens undersøgelse, at selv om Schneider og Legrand traditionelt har konkurreret skarpt på de berørte markeder, har de dog som helhed udmærket sig på forskellige, men komplementære segmenter. Schneider synes således især at stå stærkt inden for elmateriel til kontorbyggeri og industribyggeri, medens Legrand tilsyneladende udmærker sig specielt inden for elmateriel til boligbyggeri. Efter fusionen vil den fusionerede enhed således råde over et referencemærke inden for alle de tre store anvendelsesområder for eltavler. I lighed med, hvad Legrand gjorde efter at have overtaget Bticino, vil den fusionerede enhed således kunne beslutte at øge specialiseringen af sine mærker og koncentrere indsatsen for hvert enkelt mærke på et område, hvor det pågældende mærke traditionelt har stået stærkt, dels for at sikre komplet dækning af alle aspekter af efterspørgslen, dels for at kunne tilbyde optimal dækning af behovene hos alle kategorier af kunder. Med en sådan strategi vil den fusionerede enhed kunne befæste hvert enkelt mærkes position og udfylde eventuelle huller, der måtte være hos hver af parterne. Den fusionerede enhed vil derved blive endnu stærkere end parterne var tilsammen før fusionen, hvilket vil forstærke dens greb om de berørte markeder og yderligere begrænse eksisterende og potentielle konkurrenters mulighed for at give den konkurrence.

### C.1.3 Intet pres af betydning fra efterspørgselssiden

- (566) Parterne lader en ofte betydelig del af deres salg på de berørte markeder gå gennem grossister, hvoraf nogle (Rexel, Sonepar og Hagemeyer) er store internationale koncerner. Det er derfor nødvendigt til at undersøge, om grossisterne er i stand til at lægge tilstrækkeligt køberpres på den fusionerede enhed for at påvirke dens konkurrencemæssige adfærd mærkbart. Kommissionen mener af de nedenfor anførte grunde ikke, det er tilfældet.

#### *Den fusionerede enhed bliver en uomgængelig partner for grossisterne*

- (567) Kommissionen vil som udgangspunkt hævde, at den fusionerede enhed bliver en uomgængelig handelspartner for hovedparten af grossisterne. Der ser således ud til, at (i) den fusionerede enhed vil sidde på en meget betydelig del (i visse tilfælde over [40-50]\* af det nationale salg) af grossisternes samlede omsætning, at (ii) den fusionerede enhed vil kunne tilbyde et sortiment af elmateriel uden sidestykke ved at kombinere produktsortimentet hos verdens næststørste producent af lavspændingsmateriel og verdens førende producent af monteringsmateriel, og at (iii) den fusionerede enhed i de fleste lande vil få en meget stærk konkurrencemæssig stilling (jf. tabel 30 ovenfor). Den nye enheds status som uomgængelig handelspartner for grossisterne vil være særligt udtalt i Frankrig og, i mindre omfang, i Spanien, Italien og Portugal.
- (568) Det fremgår f.eks. helt klart af de [...]\*, som Schneider allerede nu har kunnet etablere med sine største grossister i [...]\*, og af de privilegerede relationer, Legrand hævder at have med de [...]\* grossister i Frankrig og Italien.

- (569) Legrand anfører desuden i sine interne dokumenter [...] <sup>199</sup>. Legrand <sup>200</sup> oplyser således, at virksomheden har meget gode forbindelser til distributionen i [...]\*, og har tætte relationer til de franske distributører, hvoraf visse accepterer at have nogle af Legrands vigtigste produkter på lager til enhver tid.
- (570) Denne situation gør sig i endnu højere grad gældende for Schneider, [...] <sup>201</sup>.
- (571) Situationen er den samme i [...]\*, hvor Schneider indgår aftaler med [...]\* om mål for det årlige salg. Det samme gælder [...]\*.
- (572) Der er flere forklaringer på dette fænomen. For det første er parterne, som det fremgår af det foranstående, i nogle tilfælde uomgængelige aktører på bestemte markeder på grund af installatørernes og tavlemontørernes stærke præference for deres produkter.
- (573) Mere generelt viste Kommissionens undersøgelse, at begge parter repræsenterede en meget betydelig andel af de største grossisters omsætning. Tabel 31 nedenfor viser i form af intervaller, hvor stor en procentdel de store producenter af lavspændingsmateriel repræsenterer af grossisten Rexels salg (alle produkter under ét). Det fremgår, at den fusionerede enhed efter fusionen vil tegne sig for næsten halvdelen af Rexels salg i Frankrig, hvilket afspejler parternes meget stærke og komplementære markedsposition før fusionen, samt en ganske stor del af Rexels salg i Italien og Portugal, og i begge disse lande vil salget af den fusionerede enheds produkter blive forholdsmæssigt langt større end konkurrenternes. Schneider/Legrand-koncernen vil også i Spanien blive forholdsmæssigt større end konkurrenterne. De øvrige store grossistkoncerner har fremsendt tilsvarende data til Kommissionen.

**TABEL 31**

	Schneider/ Legrand	Siemens	Moeller	Gewiss	ABB	GE	Hager	Andre
Østrig	0-10	0-10	0-10	0-10	10-20	-	0-10	> 70
Belgien	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 70
Tyskland	0-10	0-10	0-10	-	10-20	0-10	10-20	> 50
Spanien	10-20	0-10	0-10	-	0-10	-	0-10	> 70
Frankrig	40-50	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 40
Italien	30-40	0-10	-	0-10	0-10	0-10	0-10	> 50
Nederlandene	0-10	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80
Portugal	30-40	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 50
Det Forenede Kongerige	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 80
Sverige	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80

*Kilde:* Rexel, svar på spørgeskemaet i anden fase.

- (574) Det skyldes, at begge parter markedsfører et meget bredt sortiment af lavspændingsmateriel, som distribueres af disse grossister, og at de i de fleste tilfælde har en ganske stærk markedsposition for de enkelte produkter (jf. tabel 30 ovenfor).

<sup>199</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

<sup>200</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme" og formular 20-F SEC.

<sup>201</sup> Schneider, "Convergence mode d'emploi".

Tabel 31 ovenfor viser den fusionerede enheds styrke på samtlige markeder for lavspændingsmateriel.

- (575) Parterne har også andre fordele i relation til grossisterne. Det fremgik som nævnt af Kommissionens undersøgelse, at grossisterne er tilbøjelige til at foretrække de producenter, der kan levere et bredt produktsortiment. Parterne har således en betydelig fordel i så henseende. En grossist, som vælger at forhandle Schneider/Legrand-koncernens produkter, vil oven i købet inden for en lang række produktkategorier kunne tilbyde sine kunder flere mærker i forskellige prislag. Endelig skal det understreges, at grossisterne er afhængige af den efterspørgsel, producenterne skaber, og af de mærker, installatørerne og de endelige brugere kender. De er således nødsaget til at lagerføre de produkter, der hyppigt efterspørges, og som i praksis er dem, der markedsføres under de mest kendte mærker.
- (576) Det viser sig også, at disse særdeles gode relationer samtidig er resultatet af konkrete tiltag fra Schneiders og Legrands side over for grossisterne. Legrand<sup>202</sup> oplyser således, at virksomheden tilbyder grossister i Frankrig ekspreslevering, at den selv opretholder reservelagre af produkter, der omsættes langsomt, og at den investerer i nye lagerfaciliteter for at forbedre sin logistikservice over for grossisterne. Schneider<sup>203</sup> [...] i virksomhedens aftaler med grossisterne. Ifølge Schneider<sup>204</sup> gør disse ydelser det navnlig muligt for grossisterne at imødekomme en stigende efterspørgsel fra installatørerne om levering af andre ydelser (rådgivning, teknisk assistance m.m.) som supplement til den almindelige logistikservice.
- (577) Den anmeldte fusion vil give mulighed for at etablere eller videreudvikle parternes i forvejen gode forbindelser med de største grossister og vil samtidig gøre det lettere at indgå tilsvarende partnerskabsaftaler [...]\*, vil de yderligere styrke den fusionerede enheds position på alle de berørte markeder (men navnlig på markederne for fordelingstavler i Frankrig og Italien og markederne for gruppetavler i Danmark, Spanien, Frankrig, Italien og Portugal), medens de omvendt vil svække de øvrige producenter yderligere.
- (578) Parterne understreger i deres svarskrivelse, at grossisterne i de pågældende lande i dag forhandler et stort antal mærker. I stedet for at mildne virkningerne af fusionen kan dette forhold meget vel i stedet forstærke virkningerne af det ovenfor omtalte fænomen. Jo flere konkurrerende mærker, grossister med særligt gode forbindelser med den fusionerede enhed forhandler, jo mere risikerer disse konkurrenter at blive svækket som følge af en mindre gunstig behandling fra de pågældende grossisters side.

#### Strukturen i konkurrencen i engrosleddet

- (579) Dernæst skal det påpeges, at graden af koncentration (jf. tabel 6 ovenfor) i engrosleddet og dermed de enkelte grossisters indkøbsstyrke varierer ganske betydeligt fra land til land. Koncentrationen er særligt stærk i Frankrig og synes at være væsentlig svagere i Spanien. Det er derfor højst usandsynligt, at de spanske grossister hver for

---

<sup>202</sup> Legrand, Formular 20-F SEC.

<sup>203</sup> Schneider, dokumenter fremlagt som svar på spørgsmål 311.

<sup>204</sup> Schneiders svar på spørgeskemaet vedr. Hagemeyer.

sig besidder tilstrækkelig indkøbsstyrke til mærkbart at påvirke den fusionerede enheds konkurrencemæssige adfærd.

- (580) Parterne anfægter i deres svarskrivelse påstanden om, at de mindre grossister ikke skulle have tilstrækkelig indkøbsstyrke. De understreger bl.a., at der i visse lande med en stærk spredning i engrosleddet (f.eks. Spanien og Portugal) er en skarp pris-konkurrence mellem grossisterne, som igen resulterer i et pres på producenternes priser.
- (581) Kommissionen anfægter ikke dette forhold, som den selv har påpeget flere gange. Men dels fremhæver parterne samtidig den stigende koncentration i engrosleddet i visse lande, navnlig Portugal (hvor Rexel og Sonepar nu tegner sig for 40% af salget af komponenter til eltavler), hvilket formentlig vil svække priskonkurrencen mellem grossisterne, som det er tilfældet i de lande, hvor engrosleddet allerede nu er mere koncentreret, dels er konkurrence mellem grossister under ingen omstændigheder ensbetydende med, at den enkelte grossist har en stor indkøbsstyrke. Tværtimod vil Kommissionen fastholde, at i de lande, hvor engrosleddet er stærkt opdelt, er den enkelte grossist ikke i stand til at modstå presset fra en uomgængelig aktør, som står meget stærkt i relation til ganske mange af de produkter, grossisten forhandler. Denne indkøbsstyrke svækkes yderligere af den eksisterende priskonkurrence mellem grossister, fordi den truer deres overlevelse og gør det endnu mere nødvendigt for dem at kunne tilbyde de mest efterspurgte mærker. Det faktum, at der, på trods af skarp konkurrence mellem grossister i Spanien og Portugal, eksisterer partnerskabsaftaler mellem Schneider og disse distributører, er bevis herpå. Efter fusionen vil den fusionerede enhed derfor kunne udnytte sin markedsstyrke til at påtvinge grossisterne aftalevilkår efter sit eget valg og dermed kunne true de små "oprørske" grossister ved at favorisere deres konkurrenter.
- (582) Det viser sig desuden, at selv en stærk koncentration i engrosleddet ikke er ensbetydende med et mærkbart nedadgående pres på priserne. Det fremgår således af interne dokumenter fra Legrand<sup>205</sup>, at en af grundene til, at grossisterne i en række lande (som f.eks. [...]\*) værdsætter Legrands produkter, netop er, at de er forholdsvis dyre, hvilket giver grossisterne mulighed for at opnå en høj fortjeneste [...]\*; alene prisniveauet for Legrands produkter giver grossisterne mulighed for at opnå større avance ved hvert enkelt salg, end de ville kunne få for billigere produkter. Det fremgår ligeledes af interne dokumenter<sup>206</sup> fra Legrand, at de priser, grossisterne betaler på trods af et stærkt koncentreret engrosled i Frankrig, gennemsnitligt er væsentligt højere end gennemsnittet for hele Europa (se også data om priser i tabel 7-10 ovenfor), og at et eventuelt nedadgående pres på priserne i givet fald ikke hidrører fra grossisterne, men snarere kan tilskrives konkurrencen mellem Schneider og Legrand.
- (583) Det forhold, at grossisterne tilsyneladende ikke interesserer sig ret meget for pris-niveauet, synes i vidt omfang at kunne forklares ved den manglende priselasticitet i efterspørgslen efter elmateriel. Som nævnt afhænger efterspørgslen efter elmateriel i vidt omfang af faktorer uden for selve elmaterielindustrien.

---

<sup>205</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

<sup>206</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

Aftalerne mellem Schneider/Legrand og grossisterne vil bidrage til at fastholde den fusionerede enheds position

- (584) De forretningsmæssige forbindelser mellem producenterne af de pågældende produkter og grossisterne er karakteriseret ved komplicerede rabatsystemer. Det fremgår af dokumenter fra parterne<sup>207</sup>, at der findes tre hovedkategorier af rabatter: (i) "partnerrabatter", (ii) "målrabatter" eller "vækstrabatter" og endelig (iii) "kvantumrabatter".
- (585) Partnerrabatterne ydes af producenterne til de grossister, der forhandler deres produkter, til gengæld for forskellige forretnings- og markedsføringsydelse. Det drejer sig som regel om specifikke salgsfremmende foranstaltninger for produkterne eller tilbagemeldinger om produkternes markedsposition. Det fremgår af dokumenter fra parterne, at disse "partnerrabatter" kan repræsentere op til [0-30]\*% af deres omsætning fra grossisterne eksklusive skatter og afgifter.
- (586) "Vækstrabatterne" er tilknyttet specifikke mål for stigningen i producenternes omsætning fra grossisterne. Den omsætning, der danner grundlag for beregningen, kan enten være den samlede omsætning hidrørende fra salget af samtlige produkter i producentens katalog eller omsætningen fra salget af bestemte produktserier. Det sker hyppigt, at en producent yder rabatter af denne art på helt nye produkter. Det ser ud til, at disse "vækstrabatter" for Schneiders og Legrands vedkommende kan udgøre op til [0-30]\*% af omsætningen fra grossisten eksklusive skatter og afgifter.
- (587) Endelig er der den sidste kategori af rabatter, de såkaldte "kvantumrabatter", der beregnes på grundlag af grossisternes samlede indkøb hos producenterne. Udgangspunktet er således en producentens omsætning fra en grossist, dvs. ikke kun baseret på salget af komponenter til eltavler, men også andre former for lavspændingsmateriel, f.eks. monteringsmateriel. Rabattens størrelse – eller den procentvise prisnedsættelse – afhænger af den årlige omsætning. Normalt er der i aftalen mellem grossist og producent fastsat bestemte tærskler for omsætningen, der svarer til en bestemt rabatprocent. Jo højere omsætningen er, jo højere er rabatprocenten, hvilket øger det faktiske rabatbeløb. Disse kvantumrabatter udgør op til [0-30]\*% af producentens omsætning fra grossisten eksklusive skatter og afgifter.
- (588) Ud over disse rabatter ser det også ud til, at producenterne giver grossisterne individuelle rabatter på salgsprisen for deres produkter. Denne rabat er særdeles vigtig, fordi den kan udgøre op til [30-70]\*% af produkternes salgspris. Alle grossister er omfattet af dette rabatsystem, men størrelsen afhænger af omfanget af den enkelte forretningstransaktioner med hver enkelt producent.
- (589) De forskellige rabatsystemer er i sig selv til fordel for de producenter, der har et stort produktsortiment, og som tegner sig for en stor del af grossisternes omsætning. Disse producenter repræsenterer således en væsentlig del af de indkøb, der foretages af grossisterne, som til gengæld får betydelige rabatter. Rabatterne, der kan udgøre op til [0-30]\*% af det samlede beløb for grossisternes indkøb, repræsenterer således en ganske betydelig del af deres avance. Derfor vil en grossist naturligvis være tilskyndet til at koncentrere sit salg og dermed sine indkøb på produkterne fra de få leverandører, der tegner sig for en væsentlig del af den pågældendes indkøb.

---

<sup>207</sup> Parternes svar på spørgsmål 148 i spørgeskema af 6. april 2001.

- (590) Den anmeldte fusion vil ændre den relative balance, der består mellem producenterne. Den resulterer i dannelsen af en koncern, som på en lang række markeder for lavspændingsmateriel vil være grossisterens hovedleverandør med ganske stor afstand til den næststørste leverandør. Som der er redegjort for ovenfor, vil dette især være tilfældet i Frankrig. Det betyder, at størsteparten af grossisterne i vidt omfang vil være afhængige af den nye koncern, for så vidt angår den samlede sum af de rabatter, de får af producenterne, og som er bestemmende for en stor del af deres avance. Enhver nedgang i omsætningen fra Schneider/Legrand-fusionens produkter vil således medføre en reduktion af de rabatter, de får fra koncernen, uden at en stigning i omsætningen fra andre leverandører vil kunne opveje denne nedgang, eftersom rabatprocenten stiger progressivt med omsætningen.
- (591) Grossisterne vil derfor være yderligere tilskyndet til at sikre sig, at deres indkøb hos Schneider/Legrand-fusionen i hvert fald ikke bliver mindre. Desuden vil disse komplicerede rabatsystemer kombineret med den nye koncerns betydelige vægt i grossisterens indkøb forlene Schneider/Legrand med et vigtigt pressionsmiddel over for de pågældende grossister. Schneider/Legrand vil navnlig være i stand til at tvinge grossisterne til at forhandle den fusionerede enheds nye produkter og produkt-sortimenter, de ikke tidligere har forhandlet [...]\*<sup>208</sup>.

### Konklusion

- (592) Som nævnt er der særdeles mange installatører og tavlemontører i de berørte lande. I betragtning af, at efterspørgslen er splittet op på mange kunder, og at disse kunder er meget loyale over for bestemte mærker, vil denne efterspørgsel næppe kunne lægge noget køberpres af betydning på den fusionerede enhed.
- (593) Det er kun grossisterne og navnlig kun de største af dem, der i givet fald vil prøve at modsætte sig forsøg fra Schneider/Legrand på at forhøje priserne. Incitamentet til at yde modstand vil imidlertid af tre nedenstående grunde være forholdsvis begrænset:
- (i) En forhøjelse af den nye koncerns salgspriser vil ikke medføre en reduktion af deres avance. Tværtimod vil en prisforhøjelse medføre en forøgelse af grossisterens omsætning med Schneider/Legrand, hvilket igen vil medføre større kvantumrabat.
  - (ii) Grossisterne vil være stærkt afhængige af den nye koncern, som i vidt omfang vil kunne bestemme deres avance via rabatsystemerne. Følgelig vil ethvert forsøg på at modsætte sig en forhøjelse af den fusionerede enheds priser ved at flytte en del af efterspørgslen over på andre producenter indebære en betydelig risiko for grossisterne.
  - (iii) Et forsøg fra grossisterens side på at flytte en del af efterspørgslen over på andre producenters produkter vil i hvert fald på kort og mellemlang sigt resultere i en forøgelse af deres lager- og transportomkostninger. Det er et faktum, at installatørerne – ud over markedet – tillægger det stor betydning at kunne få produkterne leveret omgående eller næsten omgående. En grossist, som ønsker at øge sit salg af produkter fra en konkurrent til Schneider/Legrand-koncernen, vil således være

---

<sup>208</sup> Bticino, " Plan Moyen Terme – Espagne", side markeret PMT2C'4, fremlagt som svar på spørgsmål 315 i spørgeskema af 6. april 2001.

nødsaget til at udvide sit lager af denne konkurrents produkter, før han kan begynde at forhandle dem.

- (594) Det må derfor konkluderes, at parternes direkte kunder (grossisterne) og indirekte kunder (installatørerne og tavlemontørerne) ikke vil være i stand til at modsætte sig en prisforhøjelse fra den fusionerede enhed. For det første er installatørerne og tavlemontørerne for splittede til at kunne udøve en indkøbsstyrke af betydning over for den fusionerede enhed. Det samme gælder de spanske, danske og portugisiske grossister. For det andet vil en prisforhøjelse ikke nødvendigvis gå imod grossisternes interesser, eftersom højere priser sikrer dem højere indtægter ved samme salg (og dermed samme omkostninger). Endelig vil den fusionerede enhed få en sådan styrke i de berørte lande (både på grund af sin stærke konkurrenceposition og på grund af sine meget bredt dækkende aktiviteter), at den vil blive endnu vanskeligere at komme udenom, hvorfor grossisterne snarere vil foretrække at alliere sig med den end gøre modstand mod den.

#### C.1.4 Intet konkurrencemæssigt pres af betydning

- (595) Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at det vil være vanskeligt for de aktuelle konkurrenter at påvirke den fusionerede enheds adfærd i væsentligt omfang.
- (596) Det fremgår således af interne dokumenter fra parterne, at det selv før fusionen ville have været vanskeligt for parternes aktuelle konkurrenter at anfægte Schneiders og Legrands førende stilling på de berørte markeder. Legrand<sup>209</sup> forklarer således, at for så vidt angår fordelings- og gruppetavler i Frankrig, [...]\*
- (597) Med hensyn til fordelings- og gruppetavler i Italien oplyser Legrand<sup>210</sup> også, at [...]\*
- (598) Hvad angår gruppetavler i Spanien, forventede Legrand ligeledes [...]\*
- (599) Presset på konkurrenterne vil øges med den anmeldte fusion. Det vil formentlig i første omgang kunne mærkes hos grossisterne. Som nævnt vil fusionen give den fusionerede enhed mulighed for at styrke sin position som uomgængelig og privilegeret partner for grossisterne i de pågældende lande. Det vil betyde, at den fusionerede enhed vil kunne etablere eller udbygge sine alliancer med grossisterne ([...]\*). Disse alliancer [...] vil yderligere forstærke opfattelsen af, at disse produkter altid kan leveres hurtigt og er forbundet med service af høj kvalitet, og vil omvendt gøre det endnu vanskeligere at udvikle andre mærker. Virkningen vil blive så meget mere mærkbar, som de pågældende grossister – hvilket parterne selv påpeger – i dag forhandler produkter af mange andre mærker.
- (600) Det vil forværre det skæve forhold mellem den fusionerede enhed og dens største konkurrenter og forhindre disse producenter i at ekspandere. Eftersom grossisterne gerne vil reducere det antal mærker, de forhandler, og foretrækker de producenter, der kan tilbyde brede produktsortimenter, vil denne situation endog kunne resultere i en marginalisering af de producenter, der står forholdsvis svagt og/eller har et begrænset sortiment (som [...] i Italien eller [...] i Frankrig og Spanien).

---

<sup>209</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

<sup>210</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".

- (601) Den næste vanskelighed vil gøre sig gældende i relation til installatører og tavlemontører. Dels fremgår det af Kommissionens undersøgelse, at konkurrenternes produkter i de berørte lande (med hensyn til kvalitet, mærke, pris, hurtig levering m.m.) allerede nu opfattes som mindre fordelagtige end parternes. Dels kan denne forskel i omdømme som nævnt meget nemt blive endnu mere markant efter fusionen, fordi det må forventes, at alle de mærker, den fusionerede enhed råder over, vil blive styrket, og fordi konkurrenterne får stigende problemer med distributionen.
- (602) Det betyder, at konkurrenterne i stadigt højere grad vil få vanskeligt ved at erobre Schneider/Legrand-koncernens kunder og må slå sig til tåls med en status af "medløbere" på de omhandlede markeder. Omvendt vil styrkelsen af parterne og svækkelsen af deres konkurrenter kunne gøre det lettere for den fusionerede enhed at erobre nye kunder. Det vil navnlig kunne lade sig gøre, hvis de øvrige producenter mister den umiddelbare adgang til de største grossister (hvilket betyder, at installatørerne, som ikke selv ligger inde med lagre, vil fravælge dem). Dette fænomen ville blive endnu mere markant, hvis kundernes loyalitet – som parterne hævder – ikke var så udpræget, som Kommissionens undersøgelse viser.
- (603) Fusionen vil også kunne resultere i en begrænsning af producenternes markedsførings- og kundeplejeforanstaltninger over for installatører og tavlemontører. Det fremgår således af undersøgelsen, at disse investeringer kan repræsentere en betragtelig del (op til [10-20]\*%) af producenternes nationale omsætning for de berørte produkter. Disse beløb vedrører i vidt omfang løbende aktiviteter og serviceydelser (efteruddannelse af installatører, teknisk bistand m.m.). Endelig fremgår det af rapporter fra forskellige forretningsbanker<sup>211</sup>, at avancerne for mærkerne i sektoren for lavspændingsmateriel øges med markedsandelen. Styrkelsen af Schneiders og Legrands mærker og – omvendt – den forventelige svækkelse af deres største konkurrenters mærker vil således gøre det sværere for disse konkurrenter at opretholde deres markedsføringsindsats på en rentabel måde i de berørte lande og dermed bibeholde kvaliteten af deres forbindelser med installatørerne og tavlemontørerne.
- (604) Endelig skal det bemærkes, at de enkelte konkurrenter som hovedregel kun sigter på et eller to af anvendelsesområderne inden for lavspændingsmateriel (boligbyggeri, kontorbyggeri eller industribyggeri), men at den fusionerede enhed vil dække alle tre områder og have et referencemærke for hvert enkelt område. Hvis den fusionerede enhed, som det forklares ovenfor, beslutter at koncentrere indsatsen i relation til hvert enkelt af sine mærker til de områder, hvor den står særligt stærkt, vil den være i stand til at sætte meget målrettet ind over for alle sine konkurrenter. Det fremgår i øvrigt af interne dokumenter fra parterne, at denne strategi allerede har været anvendt tidligere. Ifølge Legrand<sup>212</sup> har Schneider, som har en meget stærk position på markedet for miniafbrydere i Portugal, især til industrielt brug og i kontorbyggeri [...]\*.
- (605) Desuden giver den omstændighed, at den fusionerede enhed markedsfører et meget bredt udvalg af produkter (jf. tabel 30 ovenfor), den mulighed for at udøve repressalier rettet mod konkurrenterne, idet den f.eks. via attraktive rabattilbud til grossisterne kan tilskynde disse til at svække en konkurrents produktlinje.

---

<sup>211</sup> Rapport om Legrand fra Crédit Suisse First Boston (11. september 2000), rapport om Schneider fra Dresdner Kleinwort Wasserstein (18. januar 2001).

<sup>212</sup> Legrand, "Plans Moyen Terme".



- (606) Ud fra det foregående må det formodes, at fusionen dels vil resultere i en koncern, der kombinerer begge de to virksomheders stærke sider og samtidig eliminerer den eksisterende konkurrence mellem Schneider og Legrand, dels vil styrke begge parterne inden for de kerneområder, hvor de traditionelt har udmærket sig, og gøre det muligt at danne en koncern, som er indehaver af referencevaremærker inden for hvert af de tre anvendelsesområder (boligbyggeri, kontorbyggeri og industribyggeri).
- (607) Det skal også understreges, at Schneiders og Legrands konkurrenter med integrerede aktiviteter ikke vil være i stand til at udøve noget effektivt konkurrencemæssigt pres på den fusionerede enhed. Som nævnt har de pågældende konkurrenter kun marginale integrerede aktiviteter i de berørte lande. Desuden vil de, så længe de ikke er stærkt repræsenteret hos grossisterne, kun kunne basere sig på deres integrerede salg, når det gælder om at give den fusionerede enhed effektiv konkurrence.
- (608) Det fremgår af ovenstående, at parternes aktuelle konkurrenter ikke vil være i stand til at udøve et konkurrencepres, som er tilstrækkeligt stort til at påvirke den fusionerede enheds adfærd. Som nævnt vedrører denne konklusion parternes største konkurrenter på de berørte markeder, dvs. koncerner (som ABB, Siemens og GE), der råder over et komplet produktsortiment på de relevante markeder. Den gælder i endnu højere grad for de producenter, der kun har et mere begrænset produktudvalg (som Hager, J. Müller og Geyer). Disse producenter, som i forvejen i mange tilfælde kun har en marginal markedsandel, risikerer oven i købet at blive udelukket fra grossisterne efter gennemførelsen af den anmeldte fusion.
- (609) Som nævnt forekommer det usandsynligt, at en ny konkurrent vil kunne få adgang til markedet, fordi det bliver meget svært at klare sig over for parternes enorme konkurrencemæssige styrke. Når parternes aktuelle konkurrenter således vil blive svækket af fusionen, kan der ikke herske tvivl om, at en ny aktør vil få store vanskeligheder ved overhovedet at komme ind på de berørte markeder. Denne konklusion underbygges yderligere af parternes hidtidige udvikling. Schneider forklarer således<sup>213</sup>, [...]\*. Hvis en så bredt dækkende og stærk aktør som Schneider ikke på trods af flere forsøg har haft held med at tilkæmpe sig en markant position på et mindre koncentreret marked end de markeder, der her er tale om, må det være endnu vanskeligere – for ikke at sige umuligt – for en ny aktør.
- (610) Det må – som en anden producent<sup>214</sup> også anfører – konkluderes, at det næsten er umuligt at forestille sig, at en konkurrent kan udvikle et sortiment, der kan sammenlignes med den nye enheds, i samtlige berørte lande. Det kræver en investering for hvert enkelt land på mellem 5 og 10 mio. EUR og mere end 10 års F&U-indsats. Den eneste potentielle mulighed vil være at overtage eksisterende sortimenter hos virksomheder, som sættes til salg.

### C.1.5 Konklusion vedrørende eltavler

- (611) Det fremgår af det foranstående, at den anmeldte fusion vil medføre betydelige ændringer i konkurrencevilkårene på det franske og det italienske marked for afbrydermateriel, miniafbrydere og skabe til fordelingstavler, det franske og det portugisiske marked for hovedafbrydere og markederne for miniafbrydere, fejlstrøms-

---

<sup>213</sup> Schneiders svar på spørgsmål 84.

<sup>214</sup> Hager, svar på spørgeskemaet i første fase.

afbrydere og skabe til gruppetafblere i Danmark, Spanien, Frankrig, Italien og Portugal. Den vil også ændre konkurrencevilkårene på det franske og det italienske marked for fordelingstavler og markederne for gruppetafblere i Danmark, Spanien, Frankrig, Italien og Portugal. Det må ligeledes på grundlag af det foranstående og navnlig Schneiders store markedsandele, særdeles kendte mærker og gode forbindelser med grossisterne konkluderes, at Schneider før fusionen havde en dominerende stilling på alle de pågældende markeder i Frankrig, bortset fra markedet for hovedafbrydere.

- (612) Fusionen kan få særligt mærkbare virkninger på prisniveauet for det berørte materiel. Som nævnt er efterspørgslen efter det pågældende materiel præget af ringe elasticitet. Den omstændighed, at der vil opstå en fuldstændigt uomgængelig aktør på de berørte markeder, at de øvrige konkurrenter vil blive svækket, for ikke at sige helt marginaliseret, og at den indbyrdes konkurrence mellem Schneider og Legrand (som var en af hoveddrivkræfterne eller endog den væsentligste kilde til konkurrence på visse af de omhandlede markeder, herunder i Frankrig) elimineres, må således forventes at medføre meget betydelige prisstigninger på det pågældende materiel både for installatører og tavlemontører og for den endelige forbruger. Det faktum, at der består væsentlige prisforskelle mellem medlemsstaterne, og at priserne er meget høje på de mest koncentrerede markeder, underbygger yderligere denne konklusion.
- (613) Kommissionen må således konkludere, at den anmeldte fusion vil skabe en dominerende stilling på markederne i Italien for afbrydermateriel, miniafbrydere og skabe til fordelingstavler, markederne for hovedbrydere i Frankrig og Portugal og markederne for miniafbrydere, fejlstrømsafbrydere og skabe til gruppetafblere i Danmark, Spanien, Italien og Portugal. Fusionen vil desuden styrke Schneiders dominerende stilling på markederne for afbrydermateriel, miniafbrydere og skabe til fordelingstavler, fejlstrømsafbrydere og skabe til gruppetafblere i Frankrig. Tilsvarende konklusioner kan drages for markederne for fordelingstavler i Frankrig og Italien og markederne for gruppetafblere i Danmark, Spanien, Frankrig, Italien og Portugal.

## *C.2 Markedet for kabelføringsveje*

- (614) Den fusionerede enhed Schneider/Legrand vil blive den største aktør på det europæiske marked for kabelføringsveje med en markedsandel på [10-20]\*% (Schneider [0-10]\*%, Legrand [10-20]\*%). Den største konkurrent bliver Hager med en markedsandel på [0-10]\*% i EØS. Schneider/Legrand vil være repræsenteret i 9 EØS-lande, medens Hager vil være repræsenteret i 11. Den anmeldte fusion vil kun føre til en forøgelse af markedsandelene på et enkelt nationalt marked, nemlig markedet i Det Forenede Kongerige.

### C.2.1 Den fusionerede enhed vil få langt større markedsandele end konkurrenterne på det britiske marked

- (615) Tabel 32 nedenfor, som er udarbejdet på grundlag af oplysninger fra parterne<sup>215</sup>, viser de vigtigste konkurrenters markedsandele på det britiske marked for kabelføringsveje i 2000.

---

<sup>215</sup> Parternes svar af 22. juni 2001 på Kommissionens henvendelse af 19. juni 2001.

**TABEL 32**

Konkurrenter	Markedsandele (i %)
Legrand	[30-40]*
Schneider	[0-10]*
RM Cable Tray	[0-10]*
Unitrust	[0-10]*
Unitrunk	[0-10]*
Ackermann	[0-10]*
Andre	[30-40]*

Kilde: Parterne.

- (616) Parterne anfører i deres svarskrivelse<sup>216</sup>, at det første skøn over markedsandele, de havde fremsendt til Kommissionen, ikke gav et retvisende billede af forholdene. De forklarer, at dette første skøn også omfattede materiel, der er beregnet til at transportere strøm efter gruppetavlerne, og som derfor henhører under det særskilte produktmarked for integreret kabelføring. Efter at denne fejl er rettet skulle de største producenters markedsandele på det pågældende marked være følgende:

**KORRIGEREDE MARKEDSANDELE FOR KABELFØRINGSVEJE I DET FORENEDE KONGERIGE – PARTERNES SKØN**

Legrand (mærket Wiremold)	[20-30]**%
Schneider (mærkerne Mita og Thorsman)	[0-10]**%
<b>Schneider + Legrand</b>	<b>[30-40]**%</b>
Unitrust/Tyco	[20-30]**%
RM Cable Tray	[10-20]**%
Vantrunk	[0-10]**%
Metsec	[0-10]**%

Kilde: Parterne.

- (617) Parternes andet overslag adskiller sig primært fra det første i relation til Unitrust/Tyco, hvis markedsandel er [20-30]\*\*% i første tilfælde mod kun [0-10]\*\*% i andet tilfælde.
- (618) Kommissionens verifikation af markedsandelene viste dog tydeligt, at parterne i det andet skøn i høj grad undervurderer Unitrusts/Tycos position, som er [5%-15%]\*, dvs. meget tæt på det oprindelige skøn.
- (619) Desuden tager parterne i deres andet skøn ikke hensyn til Schneiders markedsandel med mærket Wibe. Det fremgår af oplysninger fra parterne<sup>217</sup>, at Wibe repræsenterer [0-10]\*\*% af det pågældende marked.

<sup>216</sup> Punkt 500 og 533.

<sup>217</sup> E-mail fra parterne af 30. juli 2001 som svar på Kommissionens henvendelse af 20. juli 2001.

- (620) Efter Kommissionens verifikation af markedsandelene bliver resultatet, at de største konkurrenters omtrentlige markedsandele er som følger:

**KOMMISSIONENS VURDERING AF MARKEDSANDELENE FOR KABELFØRINGSVEJE I  
DET FORENEDE KONGERIGE**

Legrand	[20-30]**%
Schneider (mærkerne Wibe, Thorsman og Mita)	[10-20]**%
<b>Schneider + Legrand</b>	<b>[40-50]**%</b>
Unitrust/Tyco	[10-20]**%
RM Cable Tray	[10-20]**%

*Kilde:* Kommissionens undersøgelse.

- (621) Schneider/Legrand vil efter den anmeldte fusion få en markedsandel på [30-40]\*\*%, dvs. fire gange så stor som de nærmeste konkurrenters (RM Cable Tray og Unitrust/Tyco). Det relevante marked vil således med hensyn til markedsandele være præget af en meget stærk "market leader" og flere virksomheder, der blot kan følge efter.
- (622) Schneider/Legrand vil desuden få endnu større markedsandele på flere segmenter af det britiske marked for kabelføringsveje, således som det fremgår af følgende tabel, der er udarbejdet på grundlag af oplysninger fra parterne<sup>218</sup>.

**TABEL 33**

	<b>Kabelførings- veje af stål</b>	<b>Kabelstiger af stål</b>	<b>Kabelførings- veje af ståltråd</b>	<b>Kabelførings- veje af plast</b>	<b>Kabelførings- veje og -stiger af glasfiber- forstærket plast</b>
Schneider/ Legrand	[50-60]**%	[60-70]**%	[50-60]**%	[60-70]**%	[80-90]**%
RM Cable Tray	[20-30]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%
Unitrust	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%
Unitrunk	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%
Andre	[0-10]**% (Perfast/Cablok)	[10-20]**% (Vantrunk)	[20-30]**% (Obo Bettermann)	[10-20]**% (Marshall Tufflex)	[10-20]**% (diverse)

- (623) Efter fusionen vil Schneider/Legrand ikke blot være den markant førende koncern på det britiske marked for kabelføringsveje generelt, men vil stå specielt stærkt på stort set alle segmenter af dette marked. Det eneste segment, hvor den fusionerede enhed ikke vil være førende, vil være segmentet for "Steel Strut Channel Support Systems", hvor den vil få en markedsandel på [0-10]\*\*% og dermed blive overgået af Unitrust (med en markedsandel [40-50]\*\*%) og Metsec ([10-20]\*\*%).

<sup>218</sup> Parternes svar af 19. juli 2001 på Kommissionens henvendelse af 12. juli 2001.

- (624) Den anmeldte fusion vil således styrke Schneider på to måder, dels ved (i) tilføjelsen af Legrands markedsandele på segmentet "kabelføringsveje af stål", hvor Schneider i forvejen var dominerende, dels (ii) ved tilføjelsen af Legrands markedsandele på segmenterne "kabelføringsveje af plast" og "kabelføringsveje af glasfiberforstærket plast", hvor Schneider ikke tidligere har været repræsenteret.
- (625) Parterne har i deres svarskrivelse anført, at [en væsentlig del]\* af de kabelføringsveje, der sælges af Mita, i realiteten er kabelføringsveje af metaltråd fremstillet af en tredjepart (Métal Déployé). De har ligeledes forklaret, at Mita stod for at miste denne kontrakt med Métal Déployé (som både vedrører Mitas distribution af Métal Déployé's produkter og brugen af mærket Cablofil (der ejes af Métal Déployé). [...]\*. Ifølge parterne havde de kabelføringsveje af metaltråd, som Métal Déployé leverede til Mita, og som blev markedsført under mærket Cablofil, en andel på [0-10]\*% af det britiske marked, hvilket reducerer Schneiders markedsandel til [0-10]\*%, når man også medregner Thorsman. Desuden hævder parterne, at Métal Déployé meget snart vil blive en alvorlig konkurrent på det pågældende marked. Det datterselskab, Métal Déployé har til hensigt at oprette på det britiske marked, vil i henhold til vilkårene for ophævelsen af leveringskontrakten med Mita få fordel af Mitas salgsnet for kabelføringsveje af metaltråd og af Cablofil-mærkets renommé på dette marked.
- (626) Det skal først og fremmest understreges, at leveringsaftalen mellem Mita og Métal Déployé endnu ikke er konkret ophævet [...]\*. Desuden vil Mita, hvis der overhovedet bliver tale om en sådan ophævelse, let kunne få leveret de pågældende produkter fra Legrands datterselskab, Wiremold, som markedsfører samme slags kabelføringsveje. Parterne har således forklaret, at Wiremold har en leveringskontrakt med PEMSA. Desuden er der, hvilket parterne erkender, fuldstændig substituerbarhed mellem kabelføringsveje af stål, kabelføringsveje af ståltråd og kabelstiger af stål. Endelig vil tabet af mærket Cablofil for Mitas vedkommende opvejes af, at Cablofil har været knyttet til mærket Mita (hvilket fremgår af katalogerne over Mita-produkter). Derfor vil Mita ikke blive væsentligt svækket, hvis den hidtidige kontrakt med Métal Déployé om levering af kabelføringsveje og brug af mærket Cablofil skulle blive ophævet.
- (627) Med hensyn til den anden påstand, der er fremsat af tredjeparter, nemlig at Métal Déployé meget snart kan forventes at gå ind på det britiske marked, skal det først og fremmest understreges, at det endnu ikke er afgjort, men udelukkende er baseret på oplysninger om, at Métal Déployé skulle have planer desangående. Under alle omstændigheder vil det, selv om det skulle blive tilfældet, ikke kunne resultere i, at virksomheden automatisk overtager de markedsandele, Mita har i dag ved videresalg af Métal Déployé's produkter. Det er således allerede godtgjort, at mærket Cablofil hidtil er blevet anvendt i tilknytning til (og underordnet) Mita-mærket. Cablofil-mærket alene vil ikke have samme styrke og renommé som mærket Mita Cablofil. For det andet skal Métal Déployé overvinde de tidligere adgangshindringer, der gør sig gældende på markedet for kabelføringsveje. Disse hindringer vil endog blive forstærket, specielt i relation til det britiske marked, ved den stærke position, som den fusionerede enhed vil få (jævnfør analysen i det følgende).

### C.2.2 Den fusionerede enheds produktudvalg bliver større end konkurrenternes

- (628) Schneider/Legrand vil som helhed fremstå som en koncern, der er repræsenteret på samtlige segmenter på det britiske marked for kabelføringsveje. Ingen af den fusionerede enheds konkurrenter vil have et produktsortiment, der dækker samtlige

segmenter på dette marked. Navnlige vil ingen af de største konkurrenter kunne tilbyde kabelføringsveje både af plast og af glasfiberforstærket plast.

(629) Før fusionen var kun Legrand aktiv på segmenterne for kabelføringsveje af plast og glasfiberforstærket plast med produkter, der markedsføres under mærket Legrand. Disse segmenter, som er langt mindre i værdi end de øvrige markedssegmenter, kan sammenlignes med nichemarkeder, som de større aktører på markedet har givet afkald på. Således er Schneider med mærkerne Mita, Wibe og Thorsman og Legrand med mærket Wiremold, som Legrand overtog i 2000, udelukkende repræsenteret på de forskellige segmenter på markedet for kabelføringsveje af stål. Den anmeldte fusion vil derfor resultere i, at der opstår en aktør med en enestående stærk position på det pågældende marked.

(630) De største aktørers produktsortiment på det pågældende marked i 2000 fremgår af nedenstående tabel:

**TABEL 34**

	"Steel Strut Channel"	Kabelføringsveje af stål	Kabelstiger af stål	Kabelføringsveje af stål-tråd	Kabelføringsveje af plast	Kabelføringsveje af glasfiberforstærket plast
Schneider/Legrand	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret
RM Cable Tray	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret
Unitrust	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret
Unitrunk	Ikke repræs.	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret
Vantrunk	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret
Obo Bettermann	Ikke repræs.	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret
Metsec	Repræsenteret	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret
Perfast/Cablok	Ikke repræs.	Repræsenteret	Repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret	Ikke repræsenteret

(631) Som nævnt har kabelføringsveje af glasfiberstærket plast nogle tekniske egenskaber, som gør dem særligt velegnede til brug i korroderende omgivelser. Disse produkter kan derfor på efterspørgselssiden vanskeligt substitueres med de øvrige kategorier af kabelføringsveje, der er fremstillet af andre materialer. Den fusionerede enhed Schneider/Legrand vil derfor skulle konkurrere med to typer aktører på det pågældende marked: (i) relativt store koncerner, der er aktive på de vigtigste markedssegmenter målt i værdi, dvs. de forskellige typer af kabelføringsveje af stål, og (ii) mere specialiserede koncerner, som udelukkende er aktive på segmentet for kabelføringsveje af plast og af glasfiberforstærket plast (som Marshall Tufflex) eller på visse segmenter for kabelføringsveje af stål.

- (632) Det vil give Schneider/Legrand mulighed for at imødegå eventuelle forsøg fra disse konkurrenter på at styrke deres stilling på bekostning af den fusionerede enheds, eftersom Schneider/Legrand vil kunne udnytte sin position på de markedssegmenter, hvor de andre ikke er aktive, og hvor den fusionerede enhed vil kunne forhøje sine priser og således kunne imødegå deres offensiv på de øvrige markedssegmenter ved at sænke priserne her. Tværtimod vil Schneiders/Legrands enestående stærke position på markedet kombineret med den fusionerede enheds øvrige fordele sætte virksomheden i stand til at angribe de positioner, hver enkelt virksomhed inden for disse to kategorier af konkurrenter besidder i dag.

#### C.2.3 Den fusionerede enhed vil få flere varemærker end nogen af konkurrenterne

- (633) Schneider/Legrand vil komme til at råde over fem varemærker på det britiske marked for kabelføringsveje. Til mærkerne Thorsman, Mita og Wibe, som Schneider har haft siden overtagelsen af Lexel, skal føjes Legrands mærker, Legrand og Wiremold. Wiremold er et mærke, der er særdeles kendt i Det Forenede Kongerige på markedet for kabelføringsveje, fordi det er et af de mærker, der giver det største salg udtrykt i mængde<sup>219</sup>. Så vidt, Kommissionen ved, har ingen af konkurrenterne et tilsvarende udvalg af mærker hverken med hensyn til kvantitet eller kvalitet.
- (634) Den nye koncern vil således kunne følge en markedsføringsstrategi baseret på flere forskellige mærker for at sætte særdeles målrettet ind på hvert eneste segment af efterspørgslen. Schneider/Legrand vil navnlig kunne forbeholde nogle af disse mærker til de mere specielle typer produkter, f.eks. kabelstiger af glasfiberforstærket plast, og benytte sine andre mærker til de mest solgte produkter som f.eks. kabelstiger af stål.
- (635) Den fusionerede enheds brede produktsortiment kombineret med det store udvalg af mærker vil give Schneider/Legrand en dobbelt stærk stilling både som "generalist" og som "specialist", som ingen af konkurrenterne vil kunne efterligne, i hvert fald ikke på kort sigt. Det vil sætte Schneider/Legrand i stand til at konkurrere direkte med de øvrige aktører på disses kernemarkeder og samtidig udnytte sine andre mærker til at sætte priserne op på de markedssegmenter, hvor de vil få mindre konkurrence.

#### C.2.4 Den fusionerede enhed vil få privilegeret adgang til distributionsledet

- (636) Parterne forklarer, at producenter af kabelføringsveje får gennemsnitligt mellem 75% og 95% af deres omsætning fra salget til grossister i elmateriel<sup>220</sup>.
- (637) Schneider/Legrand vil således kunne benytte sig af sin styrke på de øvrige produktmarkeder for elmateriel i Det Forenede Kongerige og dermed også af deres produkters betydning for grossisternes salg. Den nye koncern vil således komme til at stå for mellem 10% og 20% af salget af elmateriel hos en af de største grossister i Det Forenede Kongerige, medens den næststørste leverandør til samme grossist står for mindre end [0-10%]\* af dennes salg.
- (638) I betragtning af Schneiders/Legrands betydning for grossisternes salg og virkningerne af de rabatordninger, producenterne opererer med, vil grossisterne under alle

---

<sup>219</sup> Parternes svar af 19. juli 2001 på Kommissionens henvendelse af 12. juli 2001.

<sup>220</sup> Formular CO, s. 90.

omstændigheder være stærkt tilskyndet til at opretholde den omsætning, de får fra alle den fusionerede enheds produkter.

- (639) Schneider/Legrand må forventes også at få fordel af grossisternes bestræbelser på at reducere antallet af leverandører for de enkelte kategorier af lavspændingsmateriel. Denne tilbøjelighed vil formentlig være særligt udpræget for netop denne type produkter, der er karakteriseret ved at have en lav enhedsværdi og være stærkt pladskrævende. Som den førende på markedet med en markedsandel, der for samtlige segmenter under ét er langt større end alle konkurrenternes, vil den fusionerede enhed få en fortrinsstilling som leverandør til de grossister, der står for hovedparten af producenternes salg.

#### C.2.5 Den fusionerede enhed bliver den eneste aktør på markedet, der både kan tilbyde kabelføringsveje og kanalskinnesystemer

- (640) Schneider/Legrand bliver den eneste aktør på det britiske marked, der både kan tilbyde kabelføringsveje og kanalskinnesystemer. Alle virksomhedens konkurrenter er således aktive enten på det ene eller det andet af disse to produktmarkeder. Selv om der kun er begrænset substituerbarhed på efterspørgselssiden mellem kabelføringsveje og kanalskinnesystemer, vil den nye koncern kunne drage fordel af denne enestående position. Den vil således kunne give de øvrige aktører på markedet for kabelføringsveje konkurrence både indefra på det pågældende marked med sit udvalg af kabelføringsveje og udefra med sit udvalg af kanalskinnesystemer beregnet til transport og distribution af strøm, hvor der er mulighed for en vis substituerbarhed mellem de to kategorier af produkter.

#### C.2.6 Konklusion: Den fusionerede enhed vil med fordel kunne forhøje sine priser på disse produkter

- (641) Schneider/Legrand vil få flere væsentlige fordele frem for konkurrenterne på det britiske marked for kabelføringsveje. Ud over en markant større markedsandel end konkurrenterne vil den fusionerede enhed få en særligt stærk stilling på flere markedssegmenter, råde over ekstraordinært mange mærker, få privilegeret adgang til grossisterne og kunne tilbyde både kabelføringsveje og kanalskinnesystemer. Den vil således kunne sætte priserne op på de pågældende produkter, uden at det vil medføre tab af markedsandele, der kan gøre en sådan prisforhøjelse urentabel. Schneider/Legrand vil navnlig kunne forhøje priserne på de produkter, der sælges under nogle af virksomhedens mærker, sådan at den efterspørgsel, den derved mister, blot – i hvert fald til en vis grad – flyttes over på nogle af dens andre mærker, hvis priser ikke ændres. Af ovennævnte grunde vil hverken konkurrenterne eller grossisterne være i stand til at imødegå en sådan prisforhøjelse fra den fusionerede enheds side. Kommissionen må derfor konkludere, at den anmeldte fusion vil skabe en dominerende position for Schneider/Legrand på markedet for salg af kabelføringsveje i Det forenede Kongerige.

### *C.3. Vurdering af fusionens virkninger på markedet for monteringsmateriel*

#### C.3.1 Indledning

- (642) Den anmeldte fusion vil ved at forene to af de tre største konkurrenter på europæisk plan styrke en eksisterende dominerende stilling eller skabe en ny dominerende stilling på flere produktmarkeder og nationale markeder for monteringsmateriel.



- (643) Det pågældende elmateriel omfatter meget forskelligartede produkter med forskellige funktioner, af varierende teknologisk indhold og til meget forskellige priser. Disse produkter har dog det til fælles, at de monteres i installationen efter gruppetavlen. De benævnes også "monteringsmateriel". Dette materiel kommer kun i kontakt med forholdsvis lave strømstyrker, normalt under 40 ampere, eller kommer slet ikke i kontakt med elektrisk strøm. De kræver derfor ikke samme teknologi som det øvrige lavspændingsmateriel, der er beskrevet i det foregående. Desuden monteres noget af dette materiel i modsætning til de øvrige former for elmateriel af beboerne eller brugerne af boliger og kontorlokaler, hvor materiellet er synligt. Det betyder, at markederne for monteringsmateriel til dels fungerer anderledes end de produktmarkeder, der er analyseret i det foregående.

De forskellige aktørers roller og indbyrdes relationer på markederne for monteringsmateriel

*Producenterne*

- (644) På markederne for monteringsmateriel er de største producenter på europæisk plan i øjeblikket Legrand, ABB og Schneider. Kun disse tre producenter er repræsenteret på samtlige eller størsteparten af de berørte produktmarkeder og nationale markeder.
- (645) Blandt de øvrige producenter er det kun Siemens og Hager, der er repræsenteret på flere produktmarkeder og nationale markeder i EØS. Alle de øvrige konkurrenter er enten lokale aktører, som kun har en stærk position i et enkelt land (f.eks. Niko med stikkontakter og afbrydere i Belgien) eller virksomheder, der kun har specialiseret sig i én eller nogle få produktgrupper (f.eks. Cooper med nødbelysningsystemer).
- (646) Nedenstående tabel viser de største producenters tilstedeværelse på de forskellige segmenter, som parterne har afgrænset (dvs. segmenter, som i visse tilfælde er større end de produktmarkeder, som er afgrænset med henblik på den foreliggende beslutning), og i de forskellige EØS-lande (\*\* = markedsandel over 50%, \* = markedsandel på 20-50%, \* = markedsandel på 5-20%):

**TABEL 35**

	<b>Legrand</b>	<b>ABB</b>	<b>Schneider</b>	<b>Siemens</b>	<b>Hager</b>
Stikkontakter og afbrydere	*** F, EL, I ** A, P * B, E, IRL, GB	** A, D, E, FIN, I, NL * IRL, S	*** DK ** FIN, S, N * B, D, F, EL	* A, D, EL	* GB
Kontrolsystemer			* DK	* D, FIN	
Sikkerhedssystemer	** F * E, I, P		* FIN, S, N	** D, FIN * S	
Komponenter til kommunikationsnetværk	* F, I		** DK, N * FIN, NL, S		
Fastgørelses- og forgreningsmateriel	*** F * E, IRL, NL, P	** FIN	*** DK, N ** F, FIN, S * I	* D	
Materiel til integreret kabelføring	*** P ** A, B, E, F * EL, IRL		*** S, N ** FIN, GB * DK, NL	* D	*** DK ** D * B, F, FIN, NL, P, S, N

- (647) Producenterne af monteringsmateriel bygger deres styrke på deres mærkers renommé og installatørernes og de endelige brugeres tillid til disse mærker. De forsøger at opnå en fortrinsstilling hos grossisterne primært gennem tilbud om store rabatter, men også gennem reklamekampagner for deres produkter i grossisternes forretninger. Endelig har producenterne også direkte kontakt med installatørerne, hvilket er absolut nødvendigt for at stimulere efterspørgslen fra denne kundegruppe. I den forbindelse tilbyder producenterne installatørerne efteruddannelseskurser, forsyner dem med software, som er udviklet specielt til deres produkter, og som skal gøre det lettere for dem at planlægge elinstallationen og vælge materiel. Desuden gennemfører de reklamekampagner på stedet og tilbyder teknisk assistance. Legrands samlede reklame- og markedsføringsudgifter repræsenterer således ca. [0-10]\*% af virksomhedens omsætning i Frankrig, dvs. tæt ved [100-800]\* mio. FFR<sup>221</sup>.

#### *Grossisterne*

- (648) Grossisterne spiller en særligt vigtig rolle på markederne for monteringsmateriel, fordi størsteparten af dette materiel sælges via grossister. Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at parterne og deres konkurrenter som hovedregel sælger mindst 90% af deres monteringsmateriel til grossister. De få undtagelser fra denne hovedregel vedrører kun specifikke produkter (f.eks. telefonstik og kontrolsystemer) og/eller bestemte lande. Grossisterne er afhængige af den efterspørgsel, producenterne skaber, og af de mærker, installatørerne og de endelige brugere kender. De er således nødsaget til at lagerføre de mest efterspurgte produkter, som i praksis er de produkter, der markedsføres under de mest kendte mærker.
- (649) Hertil kommer, at grossisterne af rationaliseringshensyn forsøger at reducere antallet af leverandører. Kommissionens undersøgelse viste, at grossisterne som hovedregel forsøger at bringe antallet af leverandører ned på tre til fire for hver produktkategori. Koncentrationen af grossisternes indkøb på et begrænset antal leverandører er også et resultat af de mange rabatter og kampagnepriser, de får tilbudt af de større producenter, og som kan udgøre over [30-60]\*% af produkternes salgspris. Det tilskynder grossisterne til især at forhandle produkter fra de veletablerede producenter, som har de kendte mærker og i forvejen har en stor markedsandel. Omvendt har grossisterne ingen særlig tilskyndelse til at hjælpe et mindre kendt mærke eller en ny aktør på markedet til at ekspandere eller befæste sin markedsposition. Denne kendsgerning, som gælder for alle former for lavspændingsmateriel, har særligt stor betydning for monteringsmateriellet. Inden for dette segment findes der nemlig mange små, uafhængige producenter, som har specialiseret sig i fremstilling af en bestemt type materiel, og som kun er repræsenteret i nogle få lande. Det er først og fremmest disse små producenter, der er truet af grossisternes bestræbelser på at rationalisere og koncentrere deres indkøb.
- (650) Endelig viste Kommissionens undersøgelse helt entydigt, at forretningsforbindelserne mellem grossisterne og producenterne af monteringsmateriel er organiseret nationalt og i visse tilfælde endog lokalt. Det gælder alle forretningsmæssige aspekter og navnlig valget af leverandører og produktsortiment, fastsættelse af priser og rabatter og gennemførelse af specifikke reklamekampagner. Endelig skal det understreges, at grossisterne er relativt upåvirkelige af priserne på de produkter, de indkøber, men

---

<sup>221</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Legrand SNC France", fremlagt som bilag til Legrands svar på spørgsmål 315 i spørgeskema af 6. april 2001.

mere interesseret i de rabatter, de får af de producenter, som tegner sig for en væsentlig del af deres indtjening.

#### *Installatører*

- (651) Installatørerne er ansvarlige for monteringen af lavspændingsmateriellet hos den endelige kunde. Som nævnt er de forholdsvis konservative i deres valg og holder sig i vidt omfang til de mærker, de kender og har tillid til. I relation til monteringsmateriellet (efter gruppetavlen) er det ofte installatørerne, der bestemmer, hvilket mærke der skal anvendes. Projektlederne (arkitekter, rådgivende ingeniører m.fl.) blander sig i realiteten kun meget sjældent i denne afgørelse, medmindre det drejer sig om kontrol- og sikkerhedssystemer og komponenter til kommunikationsnetværk, der som regel kun installeres i større kontorbyggeri. Installatørernes indflydelse på valget af mærke er dog begrænset af kundernes eventuelle ønsker, som især vedrører produkternes design. Det gælder navnlig stikkontakter og afbrydere og kun sjældent andet materiel.
- (652) De afgørende kriterier for en installatørs valg af mærke er sikkerheden, som efter installatørens opfattelse bedst garanteres af et velkendt mærke, som han har tillid til, som er let at montere, og som altid kan leveres hurtigt fra den lokale grossist. Til gengæld spiller prisen en langt mindre rolle, fordi han normalt betragter den eventuelle besparelse, der kan opnås ved at købe billigere produkter, som mindre afgørende end den tid, han skal bruge på at gøre sig fortrolig med monteringen af et nyt og mindre kendt produkt. Eftersom installatøren ikke er den endelige forbruger, skubbes udgifterne til de produkter, han monterer, videre til de endelige kunder.

#### *De endelige kunder*

- (653) Den endelige kunde er primært interesseret i det samlede resultat, dvs. den færdige installation. Den eneste pris, han kender, er prisen på den færdige installation, som primært består i arbejdslønnen for monteringsarbejdet. I praksis kender den endelige kunde ikke prisen på de enkelte produkter, der monteres, og interesserer sig normalt heller ikke for den. Han vil dog normalt i højere grad interessere sig for valget af monteringsmateriellet, end for den øvrige del af installationen. Eftersom monteringsmateriellet og navnlig stikkontakter og afbrydere er synlige i bolig- og kontorbyggeri, vil hans personlige æstetiske præferencer kunne spille ind.

#### *Den fusionerede enhed Schneider/Legrand bliver en uomgængelig aktør i Europa på de fleste af markederne for monteringsmateriel*

*Den fusionerede enhed vil få et langt større produktudvalg og en væsentligt større geografisk dækning end nogen af konkurrenterne*

- (654) Den fusionerede enhed vil kunne tilbyde et komplet udvalg af produkter på samtlige markeder for monteringsmateriel og vil desuden dække hele EØS. Vurderingen af den rolle, Schneider/Legrand kommer til at spille på europæisk plan, modsiger på ingen måde den geografiske afgrænsning af de relevante markeder som værende nationale og indgår i vurderingen af fusionens virkninger på hvert enkelt af de berørte produktmarkeder og nationale markeder.
- (655) Med hensyn til produktudvalget skal det understreges, at Schneider og Legrand i forvejen er to af de største bredt dækkende koncerner på de pågældende produkt-

markeder og geografiske markeder. Deres produktudvalg er ikke kun begrænset til stikkontakter og afbrydere, men omfatter desuden for begge koncerners vedkommende fastgørelses- og forgreningsmateriel og materiel til integreret kabelføring, som hører direkte sammen med disse produkter, samt kontrol- og sikkerhedssystemer og tilslutningskomponenter til kommunikationsnetværk. Parternes respektive produktudvalg er i forvejen meget stort, men dog ikke voldsomt større end produktudvalget hos andre bredt dækkende koncerner som ABB og Siemens og i mindre omfang Hager og GE.

- (656) Når Legrands produktudvalg lægges sammen med Schneiders, bliver der tale om et produktudvalg helt uden sidestykke. F.eks. vil koncernen efter fusionen råde over hele Legrands sortiment af uafhængige nødbelysningsenheder og adgangskontrolsystemer. Schneider vil kunne supplere Legrands produktudvalg med sit eget sortiment af systemer til styring af opvarmning og belysning. Endelig vil kombinationen af de to koncerners udvalg af edb-stik og komponenter til kommunikationssystemer resultere i et komplet sortiment af de såkaldte "VDI"-produkter.
- (657) Schneider/Legrand vil efter fusionen få et langt større produktudvalg end de andre bredt dækkende koncerner. Således er ABB stort set ikke repræsenteret på markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel eller markedet for sikkerheds- og beskyttelsessystemer<sup>222</sup>. Siemens er ikke repræsenteret på markederne for "VDI"-produkter og integreret kabelføring<sup>223</sup>. GE er ikke repræsenteret på markederne for sikkerhedssystemer og "VDI"-produkter<sup>224</sup>. Hager er ikke repræsenteret på markederne for sikkerhedssystemer, "VDI"-produkter og fastgørelses- og forgreningsmateriel<sup>225</sup>.
- (658) Med hensyn til geografisk dækning vil Schneider/Legrand efter fusionen ligeledes kunne dække hele EØS langt bedre end nogen af konkurrenterne.
- (659) Legrand står således særligt stærkt i de sydlige lande i EØS. Virksomheden har navnlig meget store markedsandele på markederne for stikkontakter og afbrydere i Frankrig ([80-90]\*%), Italien ([60-70]\*%), Portugal ([50-60]\*%) og Grækenland ([40-50]\*%). Omvendt er Schneider solidt etableret i de nordlige lande i EØS og navnlig i de nordiske lande efter overtagelsen af Lexel. Virksomheden har især meget store markedsandele på markedet for stikkontakter og afbrydere i Danmark ([70-80]\*%), Finland ([30-40]\*%), Sverige ([40-50]\*%) og Norge ([50-60]\*%). Den foreslåede fusion vil således føre til forening af de betydelige markedsandele, Schneider har i Nordeuropa, med de andele, Legrand har i Sydeuropa.
- (660) Desuden vil fusionen medføre en betydelig styrkelse af begge parter stilling på en lang række nationale markeder, hvor hverken Schneider eller Legrand ikke i forvejen var dominerende. På markedet for stikkontakter og afbrydere i Spanien vil fusionen således medføre, at Schneiders markedsandel på [10-20]\*% i 2000 skal lægges sammen med Legrands markedsandel på [10-20]\*%. Den fusionerede enhed vil således blive kraftigt styrket og bedre i stand til at imødegå konkurrencen fra den førende virksomhed på marked, Simon, som har en markedsandel på [40-50]\*%.

---

<sup>222</sup> ABB's svar af 7. marts 2001.

<sup>223</sup> Siemens' svar af 28. februar 2001.

<sup>224</sup> GE's svar af 26. februar 2001.

<sup>225</sup> Hagers svar af 6. marts 2001.

- (661) De eneste lande, hvor den fusionerede enhed ikke vil få endnu større markedsandele på nogen af markederne for monteringsmateriel, vil være Tyskland og i lidt mindre grad Irland og Nederlandene.
- (662) Endelig vil fusionen resultere i dannelsen af en koncern, som vil stå særligt stærkt på alle de franske markeder for monteringsmateriel. Den fusionerede enhed vil bl.a. få næsten monopol på markedet for stikkontakter og afbrydere, en markedsandel på [80-90]\*% på markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel, [50-60]\*% på markedet for nødbelysning og [90-100]\*% på markedet for specialiseret elmateriel.
- (663) Den fusionerede enhed vil således komme til at dække hele EØS og kunne tilbyde et udvalg af produkter, som langt overstiger udvalget hos de direkte konkurrenter, der er repræsenteret i Europa, nemlig ABB, Siemens, GE og Hager. Schneider/Legrand vil navnlig få en stærk position på flere segmenter på en lang række nationale markeder og på markedet for stikkontakter og afbrydere. Den nye koncern vil kunne udnytte denne styrke til at befæste sin stilling på andre produktmarkeder og andre nationale markeder. Desuden vil koncernens markante tilstedeværelse på hovedparten af de geografiske markeder og produktmarkederne også kunne udnyttes til at imødegå alle forsøg fra konkurrenternes side på at styrke deres positioner på de markeder, hvor koncernen får en dominerende stilling.
- (664) Parterne har i deres svar på meddelelsen med klagepunkter<sup>226</sup> anfægtet denne vurdering med henvisning til en beregning af de største konkurrenters position på et hypotetisk marked for alle former for monteringsmateriel i EØS. På et således afgrænset "marked" skulle den fusionerede enhed få en markedsandel på [10-20]\*%, imod Siemens' [10-20]\*%. Det fremgår dog af den tabel, parterne har fremlagt i denne forbindelse, samt af tabel 35 ovenfor, at Siemens' position på dette hypotetiske marked primært hidrører fra virksomhedens relativt stærke stilling på kun to segmenter: kontrolsystemer og sikkerhedssystemer. Siemens' aktiviteter på disse to segmenter er desuden primært koncentreret i en enkelt medlemsstat, Tyskland.
- (665) Parterne har desuden anført<sup>227</sup>, at visse specialiserede virksomheder, bl.a. Lucent, Pouyet, 3M, AMP, Quante, Alcatel og BICC, på nogle produktområder vil have et produktsortiment, som omfatter mere end specialprodukterne. Det fremgår af navnene på de virksomheder, parterne har nævnt til støtte for deres argumentation, at det tilsyneladende er begrænset til komponenter til kommunikationsnetværk. Under alle omstændigheder gælder det, at selv om disse specialiserede virksomheders produktsortiment skulle være større end parternes og de andre bredt dækkende koncerners, er der stadigvæk kun tale om snævre produktlinjer inden for et begrænset antal produktkategorier. Det kan således ikke rokke ved den kendsgerning, at den fusionerede enhed vil få et produktudvalg inden for monteringsmateriel, som er større end nogen af konkurrenternes, det være sig specialiserede virksomheder eller mere bredt dækkende virksomheder.
- (666) Schneider/Legrand vil således råde over et produktudvalg og få en geografisk dækning, som er væsentligt mere omfattende end samtlige konkurrenters.

---

<sup>226</sup> Punkt 569.

<sup>227</sup> Svarskrivelse på meddelelsen med klagepunkter, punkt 573.

*Den fusionerede enhed vil få flere varemærker end nogen af konkurrenterne*

- (667) Som det fremgår af tabellen nedenfor, vil Schneider/Legrand efter fusionen komme til at råde over et udvalg af varemærker på markedet for monteringsmateriel, som er uden sidestykke både med hensyn til antal og omdømme.

**TABEL 36**

<b>Producenter</b>	<b>Mærker</b>	<b>Kategorier af monteringsmateriel under det pågældende mærke</b>	<b>Lande, hvor mærkerne anvendes</b>
Schneider	Alombard	Stikkontakter og afbrydere, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Frankrig
	Dalcotech	Sikkerhedssystemer	Danmark
	Eljo	Stikkontakter og afbrydere, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Sverige
	Elko	Stikkontakter og afbrydere, kontrolsystemer, fastgørelses- og forgreningsmateriel, "VDI"-produkter	Sverige, Finland, Grækenland
	Elso	Stikkontakter og afbrydere, kontrolsystemer, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Tyskland, Grækenland
	Esmi	Sikkerhedssystemer	Finland, Sverige, Danmark, Tyskland
	Eunea -Merlin Gerin	Stikkontakter og afbrydere, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Spanien, Portugal
	Jojo	Kontrolsystemer	Danmark, Det Forenede Kongerige, Frankrig, Sverige, Finland
	Lexel	Kontrolsystemer, "VDI"-produkter	Sverige, Danmark, Finland
	LK	Stikkontakter og afbrydere, kontrolsystemer, "VDI"-produkter, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Danmark
	Merlin Gerin	Kontrolsystemer, sikkerhedssystemer	Frankrig
	Mita	Integreret kabelføring	Det Forenede Kongerige, Belgien, Irland
	Multisignal	Sikkerhedssystemer	Sverige
	Sarel	Stikkontakter og afbrydere, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Frankrig, Italien, Østrig, Belgien
	Schyller	Stikkontakter og afbrydere	Italien
	Strömfors	Stikkontakter og afbrydere, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Danmark, Sverige, Finland, Tyskland
	Telesafe	Komponenter til kommunikations-netværk	Sverige, Tyskland, Nederlandene
Thorsman	Fastgørelses- og forgreningsmateriel, integreret kabelføring	Danmark, Finland, Sverige, Det Forenede Kongerige, Belgien, Irland, Nederlandene, Tyskland	

<b>Producenter</b>	<b>Mærker</b>	<b>Kategorier af monteringsmateriel under det pågældende mærke</b>	<b>Lande, hvor mærkerne anvendes</b>
Legrand	Legrand	Stikkontakter og afbrydere, kontrolsystemer, sikkerhedssystemer, "VDI"-produkter, fastgørelses- og forgreningsmateriel, integreret kabelføring	Frankrig, Italien, Spanien, Portugal, Grækenland, Det Forenede Kongerige, Sverige, Belgien, Nederlandene, Østrig, Tyskland, Luxembourg, Danmark, Finland, Norge
	Arnould	Stikkontakter og afbrydere	Frankrig
	Bticino	Stikkontakter og afbrydere, kontrolsystemer, "VDI"-produkter, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Italien, Spanien, Portugal, Tyskland, Belgien, Østrig, Frankrig, Nederlandene
	Quintela	Integreret kabelføring	Spanien, Portugal, Tyskland, Belgien
	Tegui	Sikkerhedssystemer	Spanien, Portugal
	Tenby	Stikkontakter og afbrydere, "VDI"-produkter, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Det Forenede Kongerige, Irland
	Ortronics	"VDI"-produkter	Frankrig, Italien, Det Forenede Kongerige
	Planet-Watthom	Integreret kabelføring	Frankrig, Nederlandene, Østrig, Danmark, Sverige, Finland, Tyskland
	Ura/Lumatic	Sikkerhedssystemer	Frankrig, Spanien, Belgien, Sverige
ABB	ABB	Stikkontakter og afbrydere, kontrolsystemer, "VDI"-produkter	Tyskland, Østrig, Nederlandene, Belgien, Luxembourg, Frankrig, Italien, Spanien, Det Forenede Kongerige, Irland, Sverige, Norge, Danmark, Finland, Grækenland
	Busch-Jäger / BJE	Stikkontakter og afbrydere, kontrolsystemer	Tyskland, Østrig, Nederlandene, Grækenland
	Niessen	Stikkontakter og afbrydere	Spanien
	Vimar	Stikkontakter og afbrydere, sikkerheds- og kontrolsystemer, "VDI"-produkter, fastgørelses- og forgreningsmateriel	Italien
GE	GE	Kontrolsystemer	Tyskland, Nederlandene, Belgien, Frankrig, Italien, Spanien, Nederlandene, Det Forenede Kongerige
	AEG	Stikkontakter og afbrydere	Tyskland, Norge, Danmark, Sverige, Italien
	Lemag	Stikkontakter og afbrydere	Spanien, Portugal
	Graesslin	Stikkontakter og afbrydere	Tyskland
Siemens	Siemens/Cerberus	Kontrol- og sikkerhedssystemer	Tyskland, Østrig, Belgien, Luxembourg, Frankrig, Italien, Spanien, Nederlandene, Det Forenede Kongerige, Irland, Sverige, Norge, Danmark, Finland, Grækenland, Portugal, Luxembourg, Norge

Kilde: Parterne og tredjeparter.

- (668) Begge parterne råder allerede nu over en meget bred vifte af mærker, som er særdeles kendt på flere nationale markeder. Den foreslåede fusion vil betyde, at Schneiders mærker, som specielt er velrenommerede i de nordlige EØS-lande (navnlig Elso, Elko og Thorsmann), vil blive kombineret med Legrands mærker, som står særligt stærkt i den sydlige del af EØS (navnlig Bticino og Legrand). Desuden vil Schneider/Legrand råde over Legrand-mærket, som sammen med ABB-mærket er det eneste regulært europæiskdækkende mærke inden for et meget bredt sortiment af monteringsmateriel.
- (669) Parterne anfører i deres svar på meddelelsen med klagepunkter<sup>228</sup>, at de største konkurrenter vil have flere mærker i de enkelte lande end den fusionerede enhed. I denne forbindelse skal det blot konstateres, at parterne sammenligner antallet af mærker hos den fusionerede enhed med det antal mærker, alle deres konkurrenter tilsammen vil have i de enkelte lande, herunder mærker fra specialvirksomheder, som kun fremstiller meget snævre produktsortimenter, og ikke med det antal mærker, hver enkelt af konkurrenterne råder over.
- (670) Den fusionerede enhed Schneider/Legrand kommer til at råde over så mange og velrenommerede mærker, at det vil give den en væsentlig konkurrencemæssig fordel, fordi netop mærkerne har så stor betydning for, hvordan de relevante produktmarkeder fungerer. Mærket er en afgørende faktor for valget af monteringsmateriel, navnlig for de mindre installatører, som udgør den største købergruppe til disse produkter. De mindre installatører er vant til at arbejde med et meget begrænset antal forskellige mærker for at sikre sig et grundigt kendskab til produkternes tekniske egenskaber. Det giver dem fuld kontrol over hele monteringsprocessen og dermed mulighed for at spare tid. De tilskyndes i øvrigt hertil af producenterne selv via efteruddannelsestilbud til mindre installatører og udlevering af software til hjælp til projektering af elinstallationer. Mange europæiskdækkende producenter og grossister har bekræftet, at mærkerne på de fleste nationale markeder spiller en større rolle for kunderne end prisen<sup>229</sup>.
- (671) Desuden vil det faktum, at den samme koncern efter fusionen får rådighed over mange velkendte og meget udbredte mærker til markedsføringen af de samme produktkategorier, give Schneider/Legrand mulighed for at forfølge differentierede og komplementære markedsføringsstrategier for de enkelte mærker. Sådanne politikker vil give den nye koncern mulighed for at imødekomme efterspørgslen meget præcist og give konkurrenterne hård konkurrence på hvert eneste markedssegment. Navnlig får Schneider/Legrand mulighed for at positionere deres mærker specifikt i både de dyre, de mellemdele og de billige produktsortimenter. Næsten alle de øvrige aktører på markedet for monteringsmateriel råder kun over et enkelt mærke pr. produktkategori og/eller pr. nationalt marked. Det vil være umuligt for dem – i hvert fald på kort og mellemlang sigt – at imødegå Schneider/Legrand med udviklingen af en tilsvarende markedsføringsstrategi baseret på flere forskellige mærker. Schneider/Legrand vil derfor kunne konkurrere direkte med deres produkter på det markedssegment, som er deres kernemarked, ved at benytte et bestemt mærke og samtidig gøre brug af andre mærker på de øvrige markedssegmenter.
- (672) Legrand har allerede tidligere forfulgt en markedsføringsstrategi, som ovenfor beskrevet i de lande, hvor virksomheden råder over flere mærker, og er nu begyndt at

---

<sup>228</sup> Punkt 577.

<sup>229</sup> Jf. bl.a. Rexels svar af 25. juni 2001.



høste frugterne af denne strategi. Det forklares således i et internt dokument fra Legrand vedrørende Italien<sup>230</sup>, at den "synergibaserede" anvendelse af mærkerne Legrand og Bticino er en stor fordel for Legrand i Italien. Bticino-mærket figurerer blandt de dyre produkter, medens de produkter, der markedsføres under Legrand-mærket, ligger i et lavere prisleje. Fordelen ved at kunne forfølge en strategi baseret på flere mærker fremgår navnlig af et internt dokument fra Legrand vedrørende Portugal<sup>231</sup>, hvor Legrand råder over tre mærker: Legrand, Bticino og Quintela. I dokumentet redegøres der for alle aspekter i relation til de enkelte af koncernens mærker. Det oplyses således, at [...]\*

- (673) Udarbejdelsen af en sammenhængende mærkepolitik baseret på flere mærker, hvor det overhovedet er muligt, prioriteres tilsyneladende meget højt af Legrand-koncernen. Det oplystes således i et internt dokument fra Legrand vedrørende Frankrig<sup>232</sup>, at det er et højt prioriteret strategisk mål for virksomheden og Arnould-mærket (som ejes af Legrand) at styrke et alternativt mærke til det eksisterende Legrand-mærke på markedet for stikkontakter og afbrydere i Frankrig.
- (674) Det forhold, at Legrand fører en sammenhængende mærkepolitik baseret på flere mærker, og at dette indebærer fordele, nævnes også af Schneider. I et internt dokument fra Schneider vedrørende Spanien<sup>233</sup> anføres det, at mærkerne Legrand og Bticino anses for at være "komplementære" og "differentierede". Navnlig forklares det, at Bticino-mærket figurerer blandt de dyre og eksklusive produkter, medens Legrand-mærket tager mere specifikt sigte på markedet for "store byggepladser".
- (675) Heraf følger, at de konkurrencemæssige fordele ved det store udvalg af mærker, Schneider/Legrand vil få, langt opvejer de dermed forbundne omkostninger, som parterne henviser til i deres svarskrivelse på meddelelsen med klagepunkter<sup>234</sup>, og som skyldes behovet for at opretholde en tilsvarende spredning i varenumre, kataloger og emballager. I denne forbindelse er det interessant at konstatere, at både Schneider og Legrand har bibeholdt mærkerne fra de virksomheder på markederne for monteringsmateriel, de har overtaget de seneste år, hvilket også fremgår af tabel 36 ovenfor.

*Den fusionerede enhed vil få privilegeret adgang til distributionsledet*

- (676) Som nævnt vil Schneider/Legrand på grund af koncernens meget store produkt-sortiment komme til at stå for en væsentlig del af grossisternes omsætning og dermed også en stor del af deres udgifter til varekøb i de fleste af EØS-landene (se desuden tabel 31 ovenfor). Den nye koncern bliver således en uomgængelig partner for grossisterne. Det vil navnlig blive muligt for en grossist at sikre sig et komplet udvalg af monteringsmateriel ved udelukkende at købe ind hos Schneider/Legrand. En grossist, der vælger dette, vil endog for mange af disse produktkategorier kunne tilbyde sine kunder flere forskellige mærker i forskellige prislag.

---

<sup>230</sup> "Plan Moyen Terme Bticino Italie", side markeret "Annexe 4".

<sup>231</sup> "Plan Moyen Terme Legrand Portugal", side markeret "PMT 8".

<sup>232</sup> På siden markeret "PMT 7".

<sup>233</sup> "Plan Stratégique à 3 ans Eunea" fra 1996, s. 3.

<sup>234</sup> Punkt 580.

- (677) De forretningsmæssige relationer mellem producenterne af de pågældende produkter og grossisterne er beskrevet ovenfor<sup>235</sup> i forbindelse med vurderingen af den anmeldte fusions indvirkning på konkurrencen på markederne for tavlekomponenter. De incitament, grossisterne har til at vælge Schneider/Legrand, når det gælder tavlekomponenter, gør sig også gældende for monteringsmateriel.
- (678) Grossisterne vil være meget stærkt tilskyndet til at sikre sig, at deres indkøb hos Schneider/Legrand i hvert fald ikke bliver mindre. Desuden vil de komplicerede rabatordninger kombineret med den nye koncerns betydelige vægt i grossisternes indkøb give den et vigtigt pressionsmiddel over for disse. Schneider/Legrand vil navnlig kunne tvinge grossisterne til at forhandle både koncernens nye produkter og forskellige produktlinjer, de ikke hidtil har forhandlet. Det er allerede nu delvist tilfældet i de lande, hvor den ene eller den anden af parterne i dag står stærkt. Således [...] <sup>236</sup>.
- Schneider/Legrand-fusionen vil eliminere en vigtig konkurrencefaktor på flere markeder*
- (679) Den indbyrdes konkurrence mellem Schneider og Legrand har tidligere været en vigtig konkurrencefaktor på flere markeder for monteringsmateriel. Det gælder især de nationale markeder, hvor den ene af koncernerne er dominerende og hvor den anden koncern er en konkret eller potentiel udfordrer.
- (680) Schneider er som nævnt dominerende på mange produktmarkeder for monteringsmateriel i Nordeuropa, medens Legrand har en tilsvarende position på mange nationale markeder i Sydeuropa.
- (681) Med hensyn til produktmarkederne i de nordiske lande, hvor Schneider er "market leader", er Legrand en potentiel konkurrent, som i de fleste tilfælde står klar til at gå ind på markedet. Legrand er således rent geografisk repræsenteret i regionen ( i [...] <sup>\*</sup>), men på andre produktmarkeder. I [...] <sup>\*</sup> markedsfører Legrand ud over tavlekomponenter uafhængige nødbelysningsenheder. Ifølge Legrands egne overslag har koncernen [10-20] <sup>\*</sup>% af det svenske marked for uafhængige nødbelysningsenheder<sup>237</sup>. Desuden oplyses det i samme dokument<sup>238</sup>, at Legrands primære mål er [...] <sup>\*</sup><sup>239</sup>. Det ser således ud til, at Legrand [...] <sup>\*</sup>, og at koncernen forventede en kraftig reaktion fra Schneider. Den anmeldte fusion eliminerer denne konkurrencefaktor, i hvert fald på markedet [...] <sup>\*</sup>.
- (682) For så vidt angår de nationale markeder, hvor Legrand er "market leader" på et eller flere markeder for monteringsmateriel, dvs. Frankrig og i mindre grad også Spanien, Italien, Portugal og Grækenland, er Schneider en direkte og truende konkurrent.

---

<sup>235</sup> Jf. betragtning 495–502.

<sup>236</sup> "Plan Moyen Terme Bticino [...] <sup>\*</sup>", side markeret "PMT2C'4", fremlagt som svar på spørgsmål 315 i spørgeskema af 6. april 2001

<sup>237</sup> "Plan Moyen Terme Legrand, 2001-2005 – [...] <sup>\*</sup>", sider markeret "LRP 3 (next)", fremlagt som svar på spørgsmål 315 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>238</sup> Side markeret "LRP 7".

<sup>239</sup> Side markeret "Annexe 3".

- (683) I et internt dokument fra Legrand vedrørende Frankrig<sup>240</sup>, hvor koncernens markedsandel på markedet for stikkontakter og afbrydere overstiger [80-90]\*%, forklares det, at den største risiko for koncernen er, at Schneider på grundlag af virksomhederne Alombard, Sarel og Infra+ skal danne en alternativ konkurrent til Legrand-mærket inden for elmateriel. Det oplyses ligeledes i samme dokument, at [...]\*. De produktlinjer, Alombard, Sarel og Infra+ tilbyder, dækker en meget stor del af markederne for monteringsmateriel. Alombard og Sarel markedsfører således stikkontakter, afbrydere, fastgørelses- og forgreningsmateriel og materiel til integreret kabelføring. Infra+ er specialiseret i edb-stik. Desuden skal det nævnes, at Schneiders produktsortiment i Frankrig kan kompletteres med Lexels produktlinjer. Den anmeldte fusion vil således forhindre, at der dannes en stærk regulær konkurrent til Legrand i det land, hvor denne virksomhed har en dominerende stilling.
- (684) Tilsvarende oplyses det i et internt dokument fra Legrand vedrørende Grækenland<sup>241</sup>, hvor Legrand sidder på næsten [40-50]\*% af markedet for stikkontakter og afbrydere, [...]\*.
- (685) I Italien, Spanien og Portugal er Schneider kun marginalt eller slet ikke repræsenteret på markederne for monteringsmateriel. Virksomheden er dog solidt etableret på markederne for tavlekomponenter. Det vil derfor være forholdsvis let at introducere Schneiders produktlinjer inden for monteringsmateriel, eftersom de forhandles af de samme grossister, som forhandler tavlekomponenterne. I denne forbindelse [...]\*.<sup>242</sup>

*Den fusionerede enhed vil kunne tvinge sine konkurrenter til hyppigt at forny deres produktsortiment*

- (686) Hyppige fornyelser af produktsortimentet inden for monteringsmateriel er for de mest veletablerede producenter et middel til at imødegå de mindre producenter og samtidig bevare og forbedre deres mærkers renommé. Det oplyses således i et internt dokument fra Legrand vedrørende Italien<sup>243</sup>, at de hyppige fornyelser af sortimentet er en styrke for koncernen i Italien. Fornyelsen af sortimentet inden for monteringsmateriel har dels til formål at tilpasse produkternes design til efterspørgslen fra forbrugerene, dels at udvide produkternes funktioner, bl.a. med tilføjelse af elektroniske funktioner såsom detektering og fjernstyring.
- (687) Den løbende fornyelse af produktsortimenterne har til formål og virkning at reducere produkternes levetid og tappe de mindre konkurrenter for ressourcer med henblik på i givet fald at presse dem ud af markedet. Det oplyses således i et internt dokument fra Schneider<sup>244</sup> vedrørende virksomheden Alombard, at jo kortere livscyklus ("shorter life time cycle" for stikkontakter og afbrydere [...]\*.

---

<sup>240</sup> "Plan Moyen Terme Arnould", side markeret "Annexe 3".

<sup>241</sup> "Plan Moyen Terme Legrand", side markeret "PMT2C'4".

<sup>242</sup> "Plan Moyen Terme Bticino Espagne", side markeret "PMT2C'4", fremlagt som svar på spørgsmål 315 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>243</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Legrand Italie", side markeret "Annexe 4".

<sup>244</sup> "Stratégie produit/marché Alombard", fremlagt som svar på spørgsmål 113 af 29. juni 2001.

## Konklusion

- (688) Schneider/Legrand-fusionen vil medføre en drastisk ændring af konkurrencestrukturen på markederne for monteringsmateriel i en stor del af EØS. Den vil betyde, at der dannes en koncern med meget store fordele i forhold til konkurrenterne, navnlig et enestående bredt produktudvalg, en omfattende geografisk dækning, mange forskellige varemærker og særdeles gode forbindelser med grossisterne. I betragtning af, at efterspørgslen fra installatørernes side er stærkt splittet, og at de er loyale over for de mest kendte mærker, vil den nye koncern kunne gennemtvinge prisforhøjelser, hvis virkninger ikke vil blive opvejet af tilsvarende tab af markedsandele. Det fremgår af en gennemgang af grossisternes adfærd, at de vil være tilbøjelige til at lægge sig på linje med den fusionerede enheds adfærd<sup>245</sup>

### C.3.2 Stikkontakter og afbrydere

- (689) På markedet for stikkontakter og afbrydere har parterne og deres vigtigste konkurrenter følgende markedsandele:<sup>246</sup>

**TABEL 37**

Segment 5A1: Monteringsmateriel (markedsandele i 2000)					
	Schneider	Legrand	Hager	Siemens	ABB
Østrig	[0-10]*%	[20-30]*%		[10-20]*%	[20-30]*%
Belgien	[0-10]*%	[20-30]*%			
Tyskland	[0-10]*%	[0-10]*%		[10-20]*%	[30-40]*%
Danmark	[70-80]*%				
Spanien	[10-20]*%	[10-20]*%			[10-20]*%
Frankrig	[0-10]*%	[80-90]*%			
Finland	[30-40]*%				[30-40]*%
Grækenland	[0-10]*%	[40-50]*%		[10-20]*%	
Italien	[0-10]*%	[60-70]*%			[20-30]*%
Irland		[10-20]*%			[0-10]*%
Luxembourg					
Nederlandene		[0-10]*%			[30-40]*%
Portugal	[0-10]*%	[50-60]*%			
Det Forenede Kongerige	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		
Sverige	[40-50]*%				[10-20]*%
EU	[10-20]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
Norge	[50-60]*%				[10-20]*%
EØS	[10-20]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%

Kilde: Parternes skøn.

- (690) Det fremgår af disse data, at Legrand allerede nu har en dominerende stilling i Frankrig i en grad, så det nærmer sig næsten monopolstilling med en markedsandel på [80-90]\*%. Eftersom ABB og Siemens stort set ikke er repræsenteret på det franske marked, er Schneider med en markedsandel på [0-10]\*% den eneste konkurrent, som

<sup>245</sup> Jf. betragtning 495-502.

<sup>246</sup> Disse oplysninger er afgivet af parterne med henvisning til "segment 5.A.1" og omfatter således tv- og telefonstik, specialiseret elmateriel og den del af "VDI"-stikkene, der markedsføres sammen med sortimentet af stikkontakter og afbrydere. Parterne har dog oplyst, at markedsandelene ikke ændres væsentligt, selv om man fraregner tv- og telefonstik, "VDI"-stik og specialiseret elmateriel.

på nuværende tidspunkt vil kunne udgøre en troværdig konkurrencemæssig trussel og således begrænse Legrands handlefrihed på markedet.

- (691) Schneider råder over to anerkendte mærker, Alombard og Sarel. Alombard-mærket er specielt veletableret i den dyre og mere eksklusive ende af produktskalaen. Som den tredjestørste aktør på markedet på europæisk plan og med en stærk stilling i Nord-europa og samtidig en vigtig aktør på de øvrige markeder for lavspændingsmateriel i Frankrig med særdeles gode forbindelser til de store grossistkoncerner, har Schneider mulighed for at stabilisere og endog forstærke sin position på markedet for stikkontakter og afbrydere i Frankrig. Det fremgår også af interne dokumenter fra Legrand, som omtaler den konkurrencemæssige trussel fra Schneider<sup>247</sup>. Den anmeldte fusion vil således føre til, at den konkurrencemæssige trussel fra Schneider elimineres. Der findes kun én anden aktør, som er i stand til at ekspandere på det franske marked for stikkontakter og afbrydere, fordi virksomheden behersker den fransk-belgiske teknologi inden for elmateriel, virksomheden Niko med en markedsandel i 1999 på  $[0-10]^*\%$ <sup>248</sup>. Men [...]\*, hvilket gør det vanskeligere at udøve et stærkt konkurrencemæssigt pres med disse to mærker. Ved at eliminere konkurrencen fra Schneider og sikre den fusionerede enhed en markedsandel på  $[90-100]^*\%$  vil den anmeldte fusion stabilisere og endog forstærke Legrands eksisterende dominerende stilling i Frankrig ganske betydeligt.
- (692) Kommissionen fremhævede i meddelelsen med klagepunkter, at den anmeldte fusion ligeledes vil skabe eller styrke dominerende stillinger i Italien, Portugal og Grækenland.
- (693) Parterne anfægter i deres svar denne vurdering og hævder, at fusionen, på trods af Legrands stærke stilling på de tre pågældende markeder og i betragtning af Schneiders forholdsvis begrænsede markedsandele og tilstedeværelsen af andre større konkurrenter, ikke vil få nogen konkurrencebegrænsende virkning.
- (694) Parternes argumentation kan accepteres, for så vidt angår det italienske og det portugisiske marked. For Grækenlands vedkommende må Kommissionen dog fastholde sin konklusion i meddelelsen med klagepunkter.
- (695) Først og fremmest er Schneider som nævnt den eneste konkurrent, der er i stand til at lægge et konkurrencemæssigt pres på Legrand på markedet for stikkontakter og afbrydere i europæisk målestok. Schneiders i visse tilfælde svage position på bestemte nationale markeder afspejler dog ikke nødvendigvis koncernens konkurrencemæssige potentiale. Det er kun de steder, hvor Schneiders udgangsposition er virkelig marginal sammenholdt med de øvrige konkurrenters, at det ikke kan påvises, at den anmeldte fusion vil få negative virkninger for konkurrencen.
- (696) I Italien har Legrand allerede i dag en dominerende stilling med en markedsandel på  $[60-70]^*\%$  og to veletablerede mærker, Bticino og Legrand. Schneider har dog på nuværende tidspunkt kun en markedsandel på  $[0-10]^*\%$ , medens andre aktører som ABB (via datterselskabet Vimar) med  $[20-30]^*\%$  og Gewiss med  $[10-20]^*\%$  er væsentligt bedre etableret på dette marked. Selv når man tager i betragtning, at den potentielle konkurrence fra Schneider vil blive elimineret, er der ikke tilstrækkelig

---

<sup>247</sup> Jf. henvisningerne i det foregående, fodnote 210.

<sup>248</sup> Markedsandelene for alle de konkurrenter på markedet for stikkontakter og afbrydere, som ikke figurerer i tabel 37, er baseret på tal fra 1999, som parterne har fremlagt i formular CO.

overlapning mellem markedsandelene til, at det med sikkerhed kan fastslås, at den anmeldte fusion vil ændre konkurrencevilkårene på det italienske marked for stikkontakter og afbrydere i et sådant omfang, at Legrands nuværende dominerende stilling vil blive styrket.

- (697) Det samme er tilfældet i Portugal, hvor Legrand i øjeblikket har en meget stærk position med en markedsandel på [50-60]\*% og fire veletablerede mærker, Legrand, Bticino, Quintela og Terraneo, men hvor Schneider kun har en markedsandel på 1%. Legrands største konkurrenter på markedet er GE, Elapel og JSL med markedsandele på henholdsvis [20-30]\*%, [10-20]\*% og [0-10]\*%. Under disse omstændigheder er det ikke muligt at fastslå med sikkerhed, at elimineringen af den aktuelle og potentielle konkurrence fra Schneider vil føre til skabelse eller styrkelse af en dominerende stilling.
- (698) Situationen er dog noget anderledes i Grækenland. Også på dette marked har Legrand med [40-50]\*% en stor markedsandel med et betydeligt spring ned til de største konkurrenter, Siemens ([10-20]\*%), Berker ([10-20]\*%) og Jung ([10-20]\*%), men det giver dog ikke Legrand en dominerende stilling på linje med koncernens stilling i f.eks. Italien og Portugal. Schneider er med sit eget mærke den fjerdestørste aktør med en markedsandel på [0-10]\*%. Schneider betragtes af Legrand som en betydelig konkurrent<sup>249</sup>. Den anmeldte fusion vil eliminere denne konkurrent og skabe en "market leader" med en markedsandel på [40-50]\*% eller tre gange større end Siemens og tre en halv gang større end de to næste konkurrenter. Ved siden af den fusionerede enhed vil Siemens være den eneste konkurrent med nogen styrke af betydning på andre produktmarkeder og geografiske markeder; Berker og Jung er derimod små og mellemstore tyske virksomheder, der har specialiseret sig på markederne for monteringsmateriel.
- (699) I betragtning af, at (i) Legrand i øjeblikket har en stærk, men ikke klart dominerende stilling, at (ii) der til denne stilling skal føjes Schneiders ikke ubetydelige markedsandel, og at (iii) de resterende konkurrenter i sammenligning hermed vil være langt svagere, kan det konkluderes, at den anmeldte fusion vil ændre konkurrencevilkårene ganske betydeligt på markedet for stikkontakter og afbrydere i Grækenland og give den fusionerede enhed en dominerende stilling.
- (700) Kommissionen må derfor konkludere, at den anmeldte fusion vil styrke en dominerende stilling på markedet for stikkontakter og afbrydere i Frankrig og skabe en dominerende stilling i Grækenland.

### C.3.3 Specialiseret elmateriel

- (701) På markedet for specialiseret elmateriel er der tale om overlapninger mellem parternes markedsandele i Tyskland, Frankrig og Grækenland. Disse overlapninger er dog ikke af et sådant omfang, at det vil skabe konkurrencemæssige problemer i Tyskland (her har Legrand ifølge parterne en markedsandel på [0-10]\*% og Schneider en markedsandel på [0-10]\*%) og Grækenland (her skulle Legrand ifølge parterne have en markedsandel på [20-30]\*% Schneider en markedsandel på [0-10]\*%), hvorimod parternes markedsandele er væsentligt større i Frankrig og Spanien.

---

<sup>249</sup> "Plan Moyen Terme Legrand Grèce", nævnt i fodnote 211.

- (702) Parterne oplyser, at Legrands markedsandel i Frankrig i 2000 var på [80-90]\*%, medens Schneiders markedsandel var [0-10]\*%. Disse oplysninger svarer i det store og hele til skønnene i Legrands "Plan Moyen Terme 2001-2005 France", ifølge hvilken Legrand (inklusive Arnould) skulle have en markedsandel på [90-100]\*% og Schneider en markedsandel på [0-10]\*%. I henhold til disse skøn, taget hver for sig, er Legrand stærkt dominerende på det franske marked for specialiseret elmateriel. Den anmeldte fusion vil eliminere enhver form for konkurrence, der endnu måtte være på dette marked, og vil dermed forstærke Legrands dominerende stilling.
- (703) For Spaniens vedkommende har parterne anslået Legrands markedsandel i 2000 til [30-40]\*% og Schneiders til [0-10]\*%, baseret på et skøn over det samlede markeds størrelse på [10-30]\* mio. EUR. Men i "Plan Moyen Terme 2001-2005 Bticino Espagne", anslås markedets størrelse til [1 000-3 000]\* mio. ESP, svarende til [0-10]\* mio. EUR; i henhold til samme dokumenter skulle Legrand (inklusive Bticino) have en markedsandel på [60-70]\*% og Schneider, Simon og Gewiss en markedsandel på [0-10]\*% hver.
- (704) Legrand har forklaret, at tallene i koncernens "Plans Moyen Terme" er skøn udarbejdet af salgnettet i de respektive lande. Hovedkilden er grossisterne, hvorfor der vil være en tendens til at undervurdere markedets samlede størrelse. Legrand erkender dog, at for det specialiserede materiels vedkommende forhandles langt størsteparten gennem grossisterne, og derfor må det samlede skøn over markedet være nogenlunde korrekt<sup>250</sup>. Legrand har således ikke oplyst, at koncernen sælger specialiseret elmateriel gennem andre kanaler end grossisterne<sup>251</sup>.
- (705) Ifølge Schneider skulle Legrands markedsandel være [40-50]\*%, Schneiders markedsandel [0-10]\*% og det samlede marked udgøre [1 000-3 000]\* mio. ESP, svarende til [0-10]\* mio. EUR.
- (706) I øvrigt har en tredjepart fremsendt følgende skøn over markedsandelene: [50-80]\*% for Legrand og under [0-10]\*% for Schneider; denne tredjepart vurderer det samlede marked til [0-10]\* mio. EUR<sup>252</sup>.
- (707) Ved at sammenholde disse forskellige skøn over størrelsen af og strukturen på det spanske marked for specialiseret elmateriel når Kommissionen til den konklusion, at de af parterne afgivne oplysninger i forbindelse med den foreliggende sag må overvurdere markedets størrelse og dermed undervurdere Legrands markedsandel. De skøn, der figurerer i Legrands "Plan Moyen Terme Espagne" er derimod tæt på de skøn, der er udarbejdet af ovennævnte tredjepart, og også de skøn, Schneider har givet, i hvert fald for så vidt angår markedets størrelse.
- (708) Kommissionen konkluderer på grundlag heraf, at markedet i Spanien for specialiseret elmateriel ikke kan være ret meget større end [0-20]\* mio. EUR. Lægger man hertil en sikkerhedsmargin på [10-20]\*% til fordel for parterne, bliver tallet [0-20]\* mio. EUR. Ud fra denne hypotese og på grundlag af de oplysninger, parterne selv har afgivet om deres omsætning (Legrand: [0-10]\* mio. EUR, Schneider:

---

<sup>250</sup> Svar af 10. juli 2001 på spørgsmål 21 med henvisning til svar på spørgsmål 20 og 4.

<sup>251</sup> Svar af 10. juli 2001 på spørgsmål 19.

<sup>252</sup> Svar fra Simon på spørgeskemaet i anden fase (segment 5).

[0-10]\* mio. EUR), kan Legrands markedsandel anslås til mindst [40-50]\*% og Schneiders til mindst [0-10]\*%.

- (709) Ud fra disse tal er Legrand allerede på nuværende tidspunkt klart "market leader" med et betydeligt spring ned til de største konkurrenter (Simon, Gewiss), som i henhold til Legrands "Plan Moyen Terme" skønnes at have hver en markedsandel på [0-10]\*%<sup>253</sup>. Til denne i forvejen stærke position skal føjes Schneiders markedsandel efter fusionen. Schneiders nuværende markedsandel på det spanske marked for specialiseret elmateriel, som er forholdsvis begrænset, er dog ikke et fuldstændigt udtryk for Schneiders konkurrencemæssige potentiale på dette marked, eftersom Schneider først gik ind på markedet i 1999. Det forhold, at Schneider i løbet af blot to år har kunnet erobre en markedsandel på mindst [0-10]\*% på et marked, hvor virksomheden tidligere slet ikke var repræsenteret, viser, at virksomheden er godt placeret til at kunne udøve et betydeligt konkurrencemæssigt pres på Legrand. Ved at eliminere denne konkurrence mellem Schneider og Legrand kan den anmeldte fusion give den fusionerede enhed en dominerende stilling.
- (710) Parterne anfægter i deres svar på meddelelsen med klagepunkter denne vurdering og henholder sig til to argumenter:
- (711) Sammenlægningen med Schneiders markedsandel vil kun i meget ringe grad styrke Legrands position og får derfor ikke nogen konkurrencebegrænsende virkning.
- (712) Schneiders relativt hurtige succes på det spanske marked for specialiseret elmateriel viser, at dette marked er meget åbent, og at det er let at komme ind for alle nye konkurrenter.
- (713) Schneiders nuværende markedsandel på [0-10]\*% er imidlertid ikke uden betydning. Som nævnt afspejler den et betydeligt vækstpotentiale i betragtning af, at Schneider først relativt sent gik ind på det pågældende marked. Desuden repræsenterer Schneiders markedsandel allerede på nuværende tidspunkt en ganske betydelig position sammenholdt med de største konkurrenter, Simon ([0-10]\*%) og ABB/Niessen ([0-10]\*%)<sup>254</sup>, især når man tager hensyn til, at Simon er den førende på markedet for standardstikkontakter og -afbrydere i Spanien og dér har en markedsandel på [40-50]\*%.
- (714) Hvad angår det andet argument, må det konstateres, at Schneiders hurtige succes på det spanske marked for specialiseret elmateriel sammenholdt med forholdsvis svage konkurrenter som Simon og ABB/Niessen, der dog står stærkt på markedet for standardmateriel, snarere er udtryk for Schneiders konkurrencemæssige styrke end for, at det skulle være let at komme ind på markedet. Man skal i denne forbindelse erindre, at Schneider langt fra er en "ny aktør" på markederne for lavspændingsmateriel i Spanien. Schneider er således solidt etableret på markederne i Spanien for tavlekomponenter. I øvrigt har Schneider et sortiment af specialiseret elmateriel, som i forvejen markedsføres med succes på det franske marked, hvorfra det specialiserede materiel, der sælges i Spanien under mærket Eunea, i øvrigt importeres. Der er ingen andre konkurrenter, som både i forvejen står stærkt på andre produktmarkeder i

---

<sup>253</sup> Parterne har ikke i forbindelse med den foreliggende sag fremlagt skøn over disse konkurrenters markedsandele.

<sup>254</sup> Markedsandele ifølge parternes svarskrivelse, punkt 659.



Spanien og samtidig råder over et anerkendt mærke og et komplet sortiment af specialiseret elmateriel.

- (715) Kommissionen må derfor konkludere, at den anmeldte fusion vil styrke en dominerende stilling på markedet for specialiseret elmateriel i Frankrig og skabe en dominerende stilling på det tilsvarende marked i Spanien.

#### C.3.4 Nødbelysning/uafhængige nødbelysningsenheder

- (716) På markedet for nødbelysningssystemer har parterne stærkt overlappende aktiviteter i Frankrig, hvor Legrand (inklusive datterselskaberne URA og Lumatic) er oppe på en markedsandel på [50-60]\*%, medens Schneider har [0-10]\*%. Ser man udelukkende på uafhængige nødbelysningsenheder, er markedsandelene [60-70]\*% for Legrand og [0-10]\*% for Schneider. Medens Legrand selv fremstiller disse produkter, køber Schneider dem til det franske marked primært hos virksomheden Kaufel. Parternes største konkurrenter er Cooper (med mærket Luminox og en markedsandel på [10-20]\*%) og Chubb (med en markedsandel på [0-10]\*%), medens alle de øvrige konkurrenter har markedsandele på [0-10]\*%. Legrand er dermed allerede nu klart den førende på dette marked med en markedsandel, som er næsten fire gange større end den nærmeste konkurrent. I betragtning af denne position kan man hævde, at Legrand har en dominerende stilling på det pågældende marked, hvorimod Schneider først for nylig gik ind på det franske marked for nødbelysning og i 1997 kun havde en markedsandel på 0-10]\*%; på daværende tidspunkt sad Legrand stadigvæk på [70-80]\*% af markedet. Det viser, at Schneider i løbet af nogle få år har kunnet blive en alvorlig konkurrent til Legrand. Schneider har erobret en betydelig markedsandel fra den førende på markedet og er dermed i stand til at udøve et mærkbart pres på Legrands adfærd. Denne konstatering bekræftes af en internt dokument fra Legrands datterselskab, URA, som nævner vanskeligheden ved at fastholde priserne, fordi der efterhånden er blevet tale om masseprodukter, og på grund af Schneiders aggressive adfærd, der lægger et negativt pres på to fronter: pres på priserne generelt [...]\* og pres på produktudvalget, idet Schneider har baseret sit angreb på basisprodukterne<sup>255</sup>.
- (717) Tilnærmelsen mellem Schneider og Legrand vil eliminere dette konkurrencepres og give den fusionerede enhed en markedsandel på næsten [50-60]\*% inden for nødbelysning som helhed og over [60-70]\*% på markedet for uafhængige nødbelysningsenheder. Det betyder, at den fusionerede enhed vil se sin dominerende stilling styrket i en sådan grad, at alle de øvrige konkurrenter, som enten er specialiserede virksomheder, der ikke har Schneiders ressourcer eller privilegerede adgang til grossisterne, eller er nye potentielle aktører på markedet, vil få endnu vanskeligere ved at påvirke den fusionerede enheds markedsadfærd. En tredjepart<sup>256</sup> anfører, at det rabatsystem, Schneider opererer med, ikke levner de øvrige aktører på markedet en chance for at konkurrere.
- (718) Parterne har ikke i deres svarskrivelse anfægtet selve vurderingen, men blot hævdet, at fusionen ikke vil få negativ indvirkning på konkurrencen, idet de baserer sig på et større produktmarked, som også omfatter personsikkerhedssystemer (og dækker både nødbelysning og brandalarmer). Som tidligere forklaret kan en sådan afgrænsning af markedet ikke godtages.

---

<sup>255</sup> SAFT URA – "Plan Moyen Terme 2001-2005".

<sup>256</sup> Kaufel, e-mail af 3. juli 2001.

- (719) Kommissionen konkluderer derfor, at den anmeldte fusion vil styrke en dominerende stilling i Frankrig på markedet for nødbelysningsystemer eller et eventuelt mere begrænset marked for uafhængige nødbelysningsenheder.

C.3.5 Vurdering af fusionens virkning for konkurrencen på markederne for fastgørelses- og forgreningsmateriel

- (720) Den fusionerede enhed Schneider/Legrand vil blive den største aktør på markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel på europæisk plan. Den vil få en samlet markedsandel i hele EØS på [20-30]\*% og være repræsenteret i elleve EØS-lande. Parterne forklarer, at deres største konkurrent på europæisk plan bliver Hager, der har en markedsandel på [10-20]\*%, men kun er repræsenteret i et enkelt land, nemlig Tyskland. Hager har imidlertid oplyst, at virksomheden ikke er aktiv på dette produktmarked<sup>257</sup>.
- (721) Den anmeldte fusion vil medføre en sammenlægning af meget betydelige markedsandele på det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel.

Den fusionerede enhed vil få en meget stor markedsandel på det franske marked

- (722) Schneider/Legrand vil efter fusionen få en markedsandel på [70-80]\*% på det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel. Legrand har på nuværende tidspunkt [50-60]\*% af markedet, hvortil skal lægges Schneiders markedsandel på [20-30]\*% (tal for 2000). Parterne har ikke kunnet pege på andre aktører på det pågældende marked.
- (723) Schneider/Legrand vil efter fusionen oven i købet få endnu større markedsandele for visse kategorier af fastgørelses- og forgreningsmateriel. Schneider sidder således på [20-30]\*% og Legrand på [40-50]\*% (tal for 2000) af det franske marked for indmurdåser og forgreningsdåser<sup>258</sup>. Parterne har ikke kunnet pege på konkurrenter på segmentet for indmurdåser og forgreningsdåser. Legrand forklarer, at denne produktkategori repræsenterer ca. 40% af det samlede relevante marked<sup>259</sup>.
- (724) Den anmeldte fusion vil således medføre, at de to største aktørers markedsandele på det pågældende marked lægges sammen.

Den fusionerede enhed vil få flere varemærker end nogen af konkurrenterne

- (725) Schneider/Legrand vil efter fusionen operere på det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel med fire mærker, som alle er særdeles velrenommerede. Til Schneiders mærker, Alombard og Sarel, skal således føjes Legrands mærker, Legrand og Arnould. Disse mærker er godt kendt af installatørerne, fordi de tegner sig for hovedparten af alt salg af stikkontakter og afbrydere i Frankrig.

---

<sup>257</sup> Hagers svar af 6. marts 2001.

<sup>258</sup> Parternes svar på spørgsmål 239 i spørgeskema af 6. april 2001.

<sup>259</sup> Bilag fra Legrand til spørgsmål 239 i spørgeskema af 6. april 2001.

- (726) Det vil give den nye koncern mulighed for at udvikle en mærkepolitik baseret på flere mærker for at kunne imødekomme efterspørgslen meget præcist på hvert enkelt segment. Sarel dækker således allerede nu en stor del af efterspørgslen fra industri-sektoren, medens Alombard har et renommé som et dyrt og eksklusivt mærke. Legrand og Arnould har et glimrende renommé i boligsektoren. Schneider/LeGrand vil efter fusionen således kunne imødegå alle tiltag fra konkurrenterne ved at benytte det ene af mærkerne på deres kernemarked og udnytte de øvrige på de andre markeds-segmenter.

Den fusionerede enhed vil få en stærk stilling på samtlige franske markeder for monteringsmateriel

- (727) Schneider/LeGrand vil efter fusionen stå særligt stærkt i Frankrig på alle markeder for monteringsmateriel. Navnlig vil den nye koncern få en markedsandel på over [80-90]\*% på markedet for stikkontakter og afbrydere. Den vil ligeledes få en markedsandel på [40-50]\*% på markedet for integreret kabelføring (tal for 1999).
- (728) Forgrenings- og tilslutningsmateriel forhandles via de samme distributionskanaler som det øvrige monteringsmateriel, og efterspørgslen efter disse produkter kommer primært fra installatørerne. Parterne forklarer således, at producenterne henter [90-100]\*% af deres omsætning på dette monteringsmateriel fra grossisterne, og at installatørerne repræsenterer [90-100]\*% af efterspørgslen hos grossisterne<sup>260</sup>.
- (729) Den nye koncern vil således kunne udnytte sin styrke på alle de franske markeder for monteringsmateriel til at opretholde eller befæste sin position på markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel, fordi alle disse produkter i høj grad er komplementære. Specielt er forgreningsdåser og indmuringsdåser beregnet til at blive kombineret med det øvrige monteringsmateriel. I Legrands produktkatalog præsenteres udvalget af stikkontakter og afbrydere, integreret kabelføring og fastgørelses- og forgreningsmateriel således samlet<sup>261</sup>. I et katalog fra Arnould forklares det ligeledes, hvilke serier af stikkontakter og afbrydere, der kan monteres på indmuringsdåserne i serien Igloo<sup>262</sup>.

Den fusionerede enhed vil få privilegeret adgang til grossisterne

- (730) Parterne forklarer, at gennemsnitligt [90-100]\*% af fastgørelses- og forgrenings-materiellet sælges via grossister<sup>263</sup>. Schneider/LeGrand vil få privilegeret adgang til distributionsleddet for sit udvalg af fastgørelses- og forgreningsmateriel. Den nye koncern vil således blive en uomgængelig leverandør, i hvert fald for de største grossister, der opererer i Frankrig.

---

<sup>260</sup> Formular CO, s. 102.

<sup>261</sup> Legrands katalog for 2001, s. 206 ff.

<sup>262</sup> Arnoulds hovedkatalog for 2001.

<sup>263</sup> Formular CO, s. 102. Se også Legrands bilag til spørgsmål 132 i spørgeskema af 6. april 2001.

- (731) Rexel, der er den største distributør af elmateriel i Frankrig med en anslået markedsandel på [40-50]\*%, oplyser, at Schneider/Legrand efter en fusion vil udgøre mellem [40-50]\*% af virksomhedens salg<sup>264</sup> (se tabel 31 ovenfor).
- (732) Den nye koncern vil således få en helt enestående position i distributionsleddet. Når man betænker de ovenfor omtalte rabatordninger, vil grossisterne være tilskyndet til under ingen omstændigheder at mindske deres salg af fastgørelses- og forgreningsmateriel fra den nye koncern.

Den fusionerede enhed vil få et komplet sortiment af fastgørelses- og forgreningsmateriel (en hindring for markedsadgangen)

- (733) Markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel er karakteriseret ved at omfatte et meget stort antal produkter. De er igen underinddelt i endnu flere varenumre. Et komplet produktsortiment vil være en stor konkurrencemæssig fordel i to henseender.
- (734) For det første er det lettere og hurtigere for en installatør at købe alt eller i hvert fald størsteparten af det fastgørelses- og forgreningsmateriel, han skal bruge, hos samme leverandør. En installatør, der måtte vælge at købe ind hos forskellige leverandører, vil således være nødsaget til at gennemlæse flere kataloger fra forskellige producenter eller tage hen og orientere sig om produkterne på de enkelte producenters hylder hos grossisterne. Det vil kræve en urimelig stor investering i tid i forhold til de pågældende produkters lave pris.
- (735) For det andet vil en producent, der har et komplet produktsortiment, også få fordel af, at disse produkter i vidt omfang passer sammen indbyrdes. Det forklares således i Sarels katalog, at forgreningsdåserne i serien "Murabox" er lette at anvende sammen med Sarel-klemlisten og Sarel-klemrækken<sup>265</sup>.
- (736) Endelig betyder det komplette udbud af produkter, at installatørerne vænner sig til at anvende den pågældende producents produkter.

Konklusion

- (737) Den foreslåede fusion vil medføre eliminering af en væsentlig konkurrencefaktor på det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel. Ved fusionen sammenlægges de to ubestridt førende på dette marked. Den fusionerede enhed vil få alle nødvendige midler i hænde til at kontrollere det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel. Den vil navnlig blive i stand til at gennemtvinge sine egne priser på markedet. I betragtning af den fusionerede enheds vægt i distributionsleddet, vil grossisterne ikke kunne modsætte sig en sådan prisforhøjelse (jf. ovenfor). Den anmeldte fusion fører således til skabelse af en dominerende stilling på det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel. Parterne har ikke i deres svarskrivelse anfægtet denne konklusion.

---

<sup>264</sup> Rexels svar på spørgeskemaet i anden fase.

<sup>265</sup> Sarels hovedkatalog 2001, s. 448 og 449.

### C.3.6 Vurdering af fusionens virkning for konkurrencen på markedet for transformere

- (738) Det er først og fremmest i Frankrig, parternes aktiviteter på disse markeder overlapper hinanden, nemlig via Legrands salg af egne produkter og Schneiders salg af produkter, indkøbt hos den tyske producent, Murrelektronik.
- (739) Parterne har i deres svarskrivelse fremsendt nedenstående tabel, der viser deres egne og deres største konkurrenters markedsandele på markederne for henholdsvis transformere og strømforsyninger i Frankrig:

**TABEL OVER MARKEDSANDELE – TRANSFORMERE OG STRØMFORSYNINGER**

Frankrig	Transformere & strømforsyninger	Transformere	Strømforsyninger
LEGRAND	[20-30]**%	[30-40]**%	[10-20]**%
SCHNEIDER	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%
SCHNEIDER+LEGRAND	[20-30]**%	[40-50]**%	[10-20]**%
SIEMENS	[0-10]**%	[0-10]**%	[10-20]**%
CECLA	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%
ELC	[0-10]**%		[10-20]**%
LAMBDA	[0-10]**%		[10-20]**%
LUTZE	[0-10]**%		[10-20]**%
MURRELEKTRONIK	[0-10]**%		[10-20]**%
OMRON	[0-10]**%		[0-10]**%
MENG	[0-10]**%	[0-10]**%	[0-10]**%
MARY	[0-10]**%	[0-10]**%	
RAE	[0-10]**%	[0-10]**%	
PALMIERI ROBIN	[0-10]**%	[0-10]**%	
AEM	[0-10]**%	[0-10]**%	
ANDRE (ca. 50)	[20-30]**%		

- (740) Det fremgår af disse tal, at Legrand i dag er ubestridt førende på markedet for transformere i Frankrig med en markedsandel, som er fem gange større end den nærmeste konkurrent, Siemens, og seks til syv gange større end den tredje- og den fjerdestørste aktør, henholdsvis Schneider og Cecla. Resten af markedet, svarende til [40-50]\*\*% af det samlede marked, er stærkt opdelt, og ingen andre konkurrenter har markedsandele på over [0-10]\*\*%. Den anmeldte fusion vil således eliminere en af de tre eneste konkurrenter til Legrand med en position af en vis betydning på markedet. Den vil desuden gøre forskellen mellem den fusionerede enheds markedsandel og de nærmeste konkurrenters henholdsvis seks gange større (Siemens) og otte gange større (Cecla).
- (741) Til den fusionerede enheds øgede markedsandel skal føjes dens privilegerede adgang til distributionsledet. Dette aspekt spiller en mindre markant rolle på det foreliggende marked, fordi de endelige kunder er erhvervsfolk, som er i stand til at finde leverandører uden for engrosledet, og fordi producenterne rent faktisk sælger en betydelig del ([30-70]\*\*%) af de pågældende produkter direkte til de endelige kunder. Det fremgår dog af svar fra konkurrenter i forbindelse med Kommissionens undersøgelse, at adgangen til grossisterne har en vis betydning for konkurrencen på markedet for transformere. Ifølge en konkurrent kontrollerer Schneider således i

stigende grad distributionskanalerne gennem grossisterne, hvilket gør det umuligt for andre mærker at finde distributionskanaler<sup>266</sup>. Ifølge en anden tredjepart vil fusionen sætte den fusionerede enhed i stand til først at tvinge konkurrenterne ud af markedet for salg til grossister og efterfølgende ud af markedet generelt.

- (742) Parterne anfører i deres svarskrivelse, at fusionen på trods af denne markedsstruktur ikke vil skabe eller styrke en dominerende stilling.
- (743) Parterne henviser først og fremmest til, at Schneider kun er repræsenteret på markedet for transformere med videresalg af produkter, der er fremstillet af en konkurrent. Dette forhold ændrer imidlertid ikke på vurderingen af markedet, eftersom Schneiders markedsandel afspejler virksomhedens egen konkurrencemæssige styrke og ikke den anden producents.
- (744) Heller ikke parternes påstand om, at markedet for transformere i sig selv er i tilbagegang, fordi transformere efterhånden erstattes af strømforsyninger, udelukker muligheden for, at der bliver tale om en dominerende stilling på et sådant marked, eller at en eksisterende dominerende stilling bliver styrket, og det er i forbindelse med kontrollen med fusioner nødvendigt at sikre en tilstrækkelig grad af konkurrence, så længe det pågældende marked eksisterer.
- (745) Parterne fastholder desuden, at selv efter den anmeldte fusion vil tilstedeværelsen af et stort antal konkurrenter af forskellig størrelse lige fra store koncerner som Siemens, Moeller, Omron og Phoenix, der kan tilbyde et komplet produktsortiment, til små konkurrenter på lokalt plan, resultere i et tilstrækkeligt stort konkurrencepres på den fusionerede enhed. Også producenterne af strømforsyninger vil i givet fald kunne give den fusionerede enhed konkurrence.
- (746) Med undtagelse af Siemens er de store koncerner, parterne nævner ovenfor, imidlertid ikke repræsenteret på det franske marked for transformere eller har kun en marginal position på dette marked. Desuden vil fusionen ved at eliminere en ikke ubetydelig konkurrent i høj grad begrænse de resterende konkurrenters og navnlig de mange små lokale producenters mulighed for at sætte grænser for den fusionerede enheds handlefrihed. Med hensyn til den substitutionsbaserede konkurrence fra det beslægtede marked for strømforsyninger må det konstateres, at blandt de største producenter af strømforsyninger, der er aktive på det franske marked, er tre (ELC, Lambda og Lutze), som hver har en markedsandel inden for strømforsyninger på [0-10]\*%, overhovedet ikke repræsenteret på markedet for transformere. Efter den anmeldte fusion vil Schneider/Legrand i øvrigt også blive "market leader" for strømforsyninger med en markedsandel på [10-20]\*%.
- (747) Kommissionen må derfor konkludere, at den anmeldte fusion vil skabe en dominerende stilling på det franske marked for transformere.

#### *C.4 Vurdering af fusionens virkning for konkurrencen på markederne for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner*

- (748) Den fusionerede enhed Schneider/Legrand vil blive den største aktør på det europæiske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner med en markedsandel på [20-30]\*% (Schneider [20-30]\*% og Legrand [0-10]\*%). De største

---

<sup>266</sup> Svar fra Polylux af 9. juli 2001.

konkurrenter bliver Moeller og Siemens med markedsandele i EØS på henholdsvis [0-10]\*% og [0-10]\*%. Schneider/Legrand vil ligesom den fusionerede enheds to største konkurrenter være repræsenteret i samtlige EØS-lande.

- (749) Den anmeldte fusion vil medføre en sammenlægning af ganske betydelige markedsandele på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.

#### C.4.1 Den fusionerede enhed vil få en ekstraordinært stor markedsandel

- (750) Som det fremgår af tabellen nedenfor, vil den fusionerede enhed Schneider/Legrand på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner få væsentligt større markedsandele end konkurrenterne.

**TABEL 38**

Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Entrelec
[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%

*Kilder:* Parterne.

- (751) Den foreslåede fusion vil således resultere i en sammenlægning af de to største konkurrenter på det franske marked med hensyn til markedsandele. Den vil resultere i, at der etableres en aktør, som får en markedsandel på [60-70]\*%, hvilket er langt mere end den fusionerede enheds to største konkurrenters, K&N og Moeller, som hver vil få en markedsandel på [0-10]\*%.

#### C.4.2 Den fusionerede enhed vil få flere varemærker end nogen af konkurrenterne

- (752) Den fusionerede enhed Schneider/Legrand vil være aktiv med fire mærker på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner. Schneider ejer mærkerne Télémécanique og Mafalec. Legrand markedsfører sine produkter inden for dette segment under mærkerne Baco og Legrand.
- (753) Med disse mange mærker vil den fusionerede enhed kunne dække hvert enkelt segment af markedet særdeles tæt. Fordelen ved således at kunne segmentere efterspørgslen fremhæves også i et internt dokument fra Schneider, hvori det forklares, at segmenteringen i relation til sortimentet af traditionelle produkter gør det muligt at kombinere vækst og rentabilitet<sup>267</sup>. Det fremgår navnlig af dette dokument, at virksomheden ved at eje flere mærker kan knytte bestemte sortimenter til hvert enkelt mærke og ligeledes føre differentierede prispolitikker for de enkelte mærker. Det forklares desuden i samme dokument, at rådighed over flere mærker indebærer en fordel ved at kunne operere både som "multispecialist og specialist". Baco betegner sig selv om førende på markedet for omskiftere med en markedsandel på over [10-20]\*%<sup>268</sup>.

<sup>267</sup> Referat af 17. oktober 1997 fra "Comité d'Acquisitions", s. -, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>268</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France ", s. 9, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

- (754) Den fusionerede enhed vil således kunne gøre det samme, som Schneider gjorde med overtagelsen af Mafelec. Det skal dog understreges, at de positive virkninger for den nye koncern ved at føje mærkerne Legrand og Baco til mærkerne Télémécanique og Mafelec vil blive væsentligt større end den fordel, Schneider har haft af overtagelsen af Mafelec, af følgende to grunde: For det første vil Schneider/Legrand råde over fire mærker, hvilket vil give den fusionerede enhed mulighed for at føre en endnu mere kompleks mærkepolitik, og for det andet vil de resterende konkurrenters position på markedet blive mærkbart svækket.
- (755) Parterne har i deres svarskrivelse<sup>269</sup> fremført, at overtagelsen af Baco kun vil give Schneider, eller navnlig datterselskabet Télémécanique, meget begrænsede fordele. Ifølge parterne vil den forretningsmæssige styrke af Télémécanique-mærket, som er repræsenteret på flere kontinenter, overhovedet ikke blive yderligere forstærket med Baco-mærket, som hovedsagelig kun er kendt og repræsenteret i Frankrig. Desuden skulle de produkter, Baco markedsfører, være traditionelle, standardiserede og harmoniserede og derfor ikke tilføre Schneiders produktsortiment noget nyt.
- (756) For det første skal det påpeges, at parterne ikke anfægter påstanden om, at det forhold, at den fusionerede enhed vil komme til at råde over flere varemærker end nogen af konkurrenterne, indebærer en konkurrencemæssig fordel. I denne forbindelse er det interessant, at Schneider har opretholdt Mafelec-mærket efter overtagelsen af denne virksomhed i 1997<sup>270</sup>. Télémécanique-mærket er ganske vist langt mere kendt og udbredt end mærkerne Baco og Legrand, for så vidt angår de pågældende produkter, men de to sidstnævnte mærker er godt kendt i Frankrig, hvilket bliver en direkte fordel for den fusionerede enhed og vil styrke dens udvalg af mærker.
- (757) For det andet bestrides det ikke, at alle de forskellige kategorier af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, som Legrand-koncernen markedsfører, ligeledes markedsføres af Schneider. Ikke desto mindre vil den anmeldte fusion medføre en betydelig styrkelse af Schneiders stilling inden for i hvert fald én kategori af produkter, nemlig omskiftere, hvor Baco har en markedsandel på over [20-30]\*%.
- (758) Konklusionen må være, at sammenlægningen af mærkerne Baco og Legrand med mærkerne Télémécanique et Mafelec, som Schneider ejer i forvejen, vil give den fusionerede enhed en betydelig konkurrencemæssig fordel.

#### C.4.3 Den anmeldte fusion vil eliminere den afgørende konkurrencefaktor på det franske marked

- (759) Den anmeldte fusion vil medføre, at de to klart største aktører på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner elimineres. Konkurrencen mellem Schneider og Legrand var en afgørende faktor for konkurrencestrukturen på dette marked. Dette forhold bekræftes også af interne dokumenter fra begge parter.
- (760) Det fremgår således af et internt dokument fra Legrands datterselskab, Baco<sup>271</sup>, som står for hovedparten af koncernens aktiviteter inden for hjælpemateriel til kontrol- og

<sup>269</sup> Punkt 798 ff.

<sup>270</sup> Internt dokument fra Schneider, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 10. juli 2001. Referat af 17. oktober 2001 fra "Comité d'Acquisitions" hos Schneider, s. 5.

<sup>271</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France", fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.



signalfunktioner, at Schneider er virksomhedens største konkurrent på markedet. Det anføres i dokumentet, at inden for det pågældende hjælpemateriel forventes den traditionelt vanskelige konkurrencemæssige stilling over for Schneider at forblive uændret på kort/mellemlang sigt, efter at Schneider har lanceret en ny produktserie<sup>272</sup>. Det forklares således, at Baco fortsat vil være i en defensiv position, indtil virksomheden kan lancere sin nye produktserie i 2003 som modstykke til Schneiders Harmony-serie<sup>273</sup>. Endelig nævnes det i dokumentet, at Schneider optræder stærkt aggressivt på alle kundesegmenter inden for produkter beregnet til industrien (distribution - tavlemontører - maskinkonstruktører)<sup>274</sup>, hvilket omfatter hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.

- (761) Der anføres desuden i et internt dokument fra Schneider<sup>275</sup>, at overtagelsen af firmaet Mafelec var begrundet i Schneiders ønske om at imødegå Baco på det pågældende marked. Det oplyses således i dokumentet, at det var Schneiders mål via denne overtagelse dels at erobre segmentet for repetitive maskiner, dels at undgå, at konkurrenter fra segmentet for repetitive maskiner skulle trænge ind på markederne for maskiner til industribrug og specialmaskiner. Baco anses sammen med Omron for at være specialist på markedet for repetitive maskiner. Det er i øvrigt interessant at konstatere, at navnet Baco er fremhævet med markeringspen i dokumentet i modsætning til navnet Omron. Schneiders overtagelse af Mafelec havde således til formål at styrke Schneiders position på markedet for repetitive maskiner for at kunne give Baco konkurrence på denne virksomheds kernemarked og således undgå, at Baco angreb Schneiders position på de beslægtede markeder for maskiner til industribrug og specialmaskiner.
- (762) Parterne har i deres svarskrivelse<sup>276</sup> anfægtet Kommissionens konklusion, i henhold til hvilken den anmeldte fusion skulle eliminere den afgørende konkurrencefaktor på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.
- (763) Parterne har først og fremmest understreget, at Legrands markedsandel ([0-10]\*%) både er forholdsvis begrænset og ligger tæt på K&N's markedsandel ([0-10]\*%) og Moellers markedsandel ([0-10]\*%). Eftersom Schneider i forvejen har en meget betydelig andel af det pågældende marked ([50-60]\*%), skulle Schneiders position kun i ringe grad blive styrket ved den anmeldte fusion. For det andet forklarer parterne, at henvisningen til et internt dokument fra Baco, hvori Schneider betegnes som den største konkurrent, ikke er relevant, eftersom Schneider er den førende europæiske virksomhed på det pågældende marked, og at alle aktører er nødsaget til at referere til Schneider i deres analyser af konkurrenceforholdene på markedet. Endelig understreger parterne som det tredje, at Schneiders overtagelse af Mafelec ikke havde til formål at imødegå Baco på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, men at komme ind på et nichemarked, som Schneider ikke var repræsenteret på, nemlig markedet for membrantastaturer.

---

<sup>272</sup> S. 11.

<sup>273</sup> S. 9.

<sup>274</sup> S. 5.

<sup>275</sup> Referat af 17. oktober 1997 fra "Comité d'Acquisitions", fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>276</sup> Punkt 801 ff.

- (764) Denne argumentation fra parternes side holder ikke for en nøjere prøvelse. Indledningsvis skal det påpeges, at Legrand er den næststørste aktør efter Schneider på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, også selv om Legrands markedsandel kun er en smule større end K&N's og Moellers. Den anmeldte fusion vil således samle de to største konkurrenter på det pågældende marked.
- (765) Desuden adskiller Baco sig fra K&N og Moeller i tre væsentlige henseender.
- (766) Dels ligger hovedparten af Bacos omsætning for de pågældende produkter - i modsætning til K&N's og Moellers - i Frankrig<sup>277</sup>. I modsætning til de to nævnte konkurrenter er det derfor vigtigt - for ikke at sige afgørende - for Baco at fastholde sin markedsandel i Frankrig, hvilket placerer virksomheden i direkte konkurrence med især Schneider. K&N og Moeller står derimod stærkt uden for Frankrig. Frankrig tegner sig kun for en meget begrænset del af deres salg af de pågældende produkter<sup>278</sup>. De har således ikke samme tilskyndelse som Baco til at konkurrere med Schneider på det franske marked.
- (767) Baco nyder også godt af Legrand-koncernens styrke med hensyn til adgangen til distributionsleddet i Frankrig, og det er en konkurrencemæssig fordel, som hverken Moeller eller K&N har, fordi de begge kun repræsenterer en ubetydelig del af omsætningen (alle produktkategorier under ét) hos de grossister, der er etableret i Frankrig. Det anføres således flere steder i et internt dokument fra Legrand<sup>279</sup>, at adgangen til distributionsleddet er en væsentlig styrke for Baco.
- (768) Endelig råder Baco over et mærke, som er godt kendt i Frankrig, og har desuden en førende position på markedet med en markedsandel på over [10-20]\*% for omskiftere. I et internt dokument fra Legrand<sup>280</sup> anføres det flere steder, at Baco har et solidt renommé som en gammel, kompetent og erfaren virksomhed på området. Baco kan derfor benytte denne stærke position på markedet for omskiftere som en løftestang for udviklingen af sit salg af andre produkter i sit sortiment. I et internt dokument fra Legrand<sup>281</sup> anføres det således flere steder, at synergien mellem de forskellige kategorier af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner er en af Bacos stærke sider.
- (769) Af alle disse grunde fremstår Baco derfor som den mest aktive og farligste konkurrent for Schneider på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.
- (770) En analyse af de interne dokumenter fra Schneider giver samme resultat. Det anføres således i et fortroligt dokument fra Schneider<sup>282</sup>, at koncernens næsthøjeste prioriterede mål for perioden 2000-2003 er [...]\*. Baco opfylder netop dette dobbelte krav,

---

<sup>277</sup> Jf. tabel 26 ovenfor og svarskrivelsen på meddelelsen med klagepunkter, punkt 799.

<sup>278</sup> Jf. tabel 26 ovenfor.

<sup>279</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France", s. 39 og 41, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 10. juli 2001

<sup>280</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France", s. 39, 41 og 43, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 10. juli 2001.

<sup>281</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France", s. 39, 41 og 43, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>282</sup> "Plan d'Offre Produits-Services 2000 Dialogue Electromécanique", bilag 8, fremlagt som svar på spørgsmål 40 i spørgeskema af 20. marts 2001.

eftersom virksomheden har hovedparten af sin omsætning i Frankrig og er særdeles godt placeret på et bestemt segment af markedet, nemlig segmentet for omskiftere. I et andet fortroligt dokument fra Schneider<sup>283</sup> betegnes Baco som en specialiseret virksomhed. Det viser, at Schneiders fremtidige strategi på det franske marked - helt uafhængigt af de oprindelige begrundelser for at overtage Mafelec - gik ud på først og fremmest at angribe Baco.

- (771) Af alle disse grunde er konkurrencen mellem Schneider og Legrand netop den vigtigste konkurrencefaktor på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.

#### C.4.4 Markedets struktur gør det ikke muligt at udvikle en indkøbsstyrke, der kan danne modvægt til den fusionerede enheds stærke stilling

- (772) Producenterne af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner markedsfører deres produkter via to hovedkanaler, grossister og direkte salg.
- (773) Det fremgår af et internt dokument fra Legrand, at Baco lader [40-50]\*% af sit salg af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner gå gennem distributionsleddet, medens det for Legrands vedkommende er [90-100]\*%<sup>284</sup>. Det fremgår af et dokument fra Schneider, at [50-60]\*% af Mafelecs salg går direkte til de endelige kunder, medens [50-60]\*% af Schneiders produkter sælges gennem grossister<sup>285</sup>.
- (774) Parterne forklarer, at hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner distribueres af de samme grossister som det øvrige elmateriel, der berøres af fusionen<sup>286</sup>. Den fusionerede enheds styrke på de øvrige franske markeder for elmateriel (jf. ovenfor, navnlig tabel 30) vil derfor give den en fortrinsstilling i relation til distributionsleddet.
- (775) Det direkte salg foregår primært til producenter af industrimaskiner (OEM) og i mindre omfang til tavlemontører og installatører<sup>287</sup>. Disse forbrugere vil - hovedsagelig af to grunde - ikke kunne opveje Schneiders/Legrands styrke på det franske marked.
- (776) For det første har parterne ikke givet oplysninger om, at en eller flere af disse forbrugere skulle repræsentere en tilstrækkeligt stor fraktion af markedet til at kunne betragtes som en regulær indkøbsstyrke. Selv om parterne blandt deres kunder tæller nogle store industrikoncerner, er hovedparten af kunderne små og mellemstore virksomheder, der har specialiseret sig i fremstilling af industrimaskiner.
- (777) For det andet kunne man måske hævde, at disse forbrugere relativt let kunne skifte leverandør og dermed skabe øget konkurrence mellem leverandørerne. Hvis man tror, at det er let i praksis at skifte leverandører af hjælpemateriel til kontrol- og

---

<sup>283</sup> Referat af 17. oktober 1997 fra "Comité d'Acquisitions", s. 2, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>284</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France", s. 20, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>285</sup> Refereat af 17. oktober 1997 fra "Comité d'Acquisitions", s. 6, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

<sup>286</sup> Parternes svar på spørgsmål 13 i spørgeskema af 15. marts 2001.

<sup>287</sup> Parternes svar af 20. juli 2001 på Kommissionens henvendelse af 10. juli 2001.

signalfunktioner, kan der blot henvises til, at de største europæiske producenter for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner (Moeller og Siemens) i forvejen er repræsenteret på det franske marked, og at deres markedsandele her er særdeles begrænsede. Alt tyder på, at disse producenter har valgt en strategi, der går ud på at drage fordel af de høje priser, som parterne opererer med i Frankrig (jf. ovenfor), i stedet for at forsøge at vinde markedsandele fra disse to dominerende aktører. Intet tyder på, at disse konkurrenter fremover vil ændre deres strategi og deres prispolitik for at blive regulære aktive konkurrenter på markedet.

- (778) Parterne anfører i deres svarskrivelse<sup>288</sup>, at der ikke er grund til at tro, at deres direkte kunder fortsat vil være bundet til den fusionerede enhed, hvis den beslutter at forhøje sine salgspriser. Ifølge parterne får Schneider og Legrand i dag reel og potentiel konkurrence fra de konkurrenter, hvis produkter er repræsenteret i Frankrig og i nabolandene, og denne konkurrence vil fremover være rettet mod den fusionerede enhed. Desuden mener parterne ikke, at der er tegn på, at disse konkurrenter fremover ikke vil forsøge at vinde markedsandele, selv om de i dag stiller sig tilfreds med at følge efter Schneiders initiativer. Ifølge parterne skulle Moeller således have gennemført et kraftigt angreb på et bestemt markedssegment, nemlig segmentet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner beregnet til landbrugsmaskiner, og det skulle være sket gennem en prisnedsættelse og bedre tilpasning af produkterne til kundernes behov.
- (779) Den argumentation fra parterne, der er beskrevet ovenfor, bygger indirekte på tanken om, at der kun skulle være meget begrænsede hindringer for at komme ind på det pågældende marked, og at parternes konkurrenter fremover vil kunne give den fusionerede enhed tilstrækkelig konkret eller potentiel konkurrence til at forhindre den i at gennemføre profitable prisstigninger. Som tidligere nævnt er markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner karakteriseret ved store adgangshindringer, navnlig til distributionsleddet, og behov for at holde tæt kontakt med de endelige kunder. Tilstedeværelsen af disse adgangshindringer dokumenteres - for det franske markeds vedkommende - i øvrigt af Siemens' og Moellers meget små markedsandele og de høje priser på de pågældende produkter. Disse to forhold anfægtes i øvrigt ikke af parterne<sup>289</sup>. Der foreligger således nogle strukturbetingede faktorer, der begrænser konkurrencens intensitet på markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner, uanset hvilken adfærd de endelige kunder udviser.
- (780) Alle de ovenfor beskrevne forhold peger i samme retning som den påstand, der fremsættes i et internt dokument fra Legrand<sup>290</sup>, hvorefter det pågældende marked skulle være [...]\*.

#### C.4.5 Konklusion

- (781) Den fusionerede enhed Schneider/Legrand vil få væsentlige fordele frem for konkurrenterne, som vil give den mulighed for at styre konkurrencen på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner. Den nye koncern vil således være i stand til at forhøje priserne på sine produkter, uden at det medfører tab

---

<sup>288</sup> Punkt 806 ff.

<sup>289</sup> Svarskrivelse på meddelelsen med klagepunkter, punkt 807.

<sup>290</sup> "Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France", s. 34, fremlagt som svar på spørgsmål 113 i spørgeskema af 29. juni 2001.

af markedandele, som ville gøre en sådan prisforhøjelse urentabel. Over for en sådan situation er det sandsynligt, at konkurrenterne hellere vil følge den prisforhøjelse, den førende aktør på markedet gennemfører, frem for at forsøge at erobre markedsandele. Det vil desuden være muligt for den fusionerede enhed kun at forhøje priserne på de produkter, der sælges under nogle af dens mærker, således at den del af efterspørgslen, der går fra disse produkter, i stedet flyttes over på den fusionerede enheds øvrige mærker. Ingen aktører vil have tilstrækkelig indkøbsstyrke til at opveje Schneiders/Legrands stærke position på det pågældende marked. Den anmeldte fusion fører derfor til skabelse af en dominerende stilling på det franske marked for salg af hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner.

#### **D. Hovedkonklusion**

(782) Kommissionen er af de ovenfor forklarede grunde nået til den konklusion, at den anmeldte fusion vil skabe en dominerende stilling, som bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt på følgende markeder:

- markederne for afbrydermateriel, miniafbrydere og skabe til fordelingstavler i Italien
- markederne for miniafbrydere, fejlstrømsafbrydere og huse til gruppetavler i Danmark, Spanien, Italien og Portugal
- markederne for hovedafbrydere i Frankrig og Portugal
- markedet for kabelføringsveje i Det Forenede Kongerige
- markedet for stikkontakter og afbrydere i Grækenland
- markedet for specialiseret elmateriel i Spanien
- markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel i Frankrig
- markedet for produkter til elektrisk transformering i Frankrig
- markedet for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner i Frankrig.

(783) Desuden er Kommissionen af de ovenfor anførte grunde nået til den konklusion, at den anmeldte fusion vil styrke en dominerende stilling, som bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt på følgende markeder:

- markederne for afbrydermateriel, miniafbrydere og skabe til fordelingstavler i Frankrig
- markederne for miniafbrydere, fejlstrømsafbrydere og huse til gruppetavler i Frankrig
- markedet for stikkontakter og afbrydere i Frankrig
- markedet for specialiseret elmateriel i Frankrig
- markedet for nødbelysningsystemer og uafhængige nødbelysningsenheder i Frankrig.

## VI. AFHJÆLPNINGSFORANSTALTNINGER

### A. Sagsforløb

- (784) Den 14. september 2001 forelagde den anmeldende part forslag til tilsagn for Kommissionen. Disse tilsagn (i det følgende benævnt "oprindeligt foreslåede tilsagn") vedrører alle de markeder, der er nævnt i betragtning 782 og 783 ovenfor. Kommissionen gennemførte et rundspørge blandt parterne og tredjeparter for at vurdere de foreslåede tilsagn.
- (785) Kommissionen måtte efter dette rundspørge afvise parternes oprindeligt foreslåede tilsagn af 14. september 2001. Kommissionen meddelte parterne dette, hvorefter de den 24. september 2001 fremlagde alternative forslag til tilsagn. Teksten med de nye tilsagn har følgende overskrift: "Tilsagn fra Schneider Electric af 14. september 2001, anden fase, udvidet med alternative løsninger af 24. september 2001" (i det følgende benævnt "alternative forslag til tilsagn").
- (786) Disse alternative forslag til tilsagn skal undersøges på grundlag af punkt 43 i meddelelsen om acceptable fusionsløsninger<sup>291</sup>. Heri er fastsat nogle betingelser for, hvorvidt sådanne tilsagn kan accepteres dels med hensyn til indholdet (Kommissionen skal, uden at der er behov for en ny høring af markedsaktørerne, klart kunne påvise, at de ændrede tilsagn vil løse de påviste konkurrenceproblemer), dels med hensyn til formen (de ændrede tilsagn skal forelægges så betids, at der er tilstrækkelig tid til at høre medlemsstaterne).
- (787) Som det vil fremgå af det følgende, mener Kommissionen ikke, at de alternative forslag til tilsagn opfylder betingelserne i punkt 43 i meddelelsen om acceptable løsninger.

### B. Analyse

*Markedet for fordelings- og gruppetavler og tavlekomponenter i Danmark, Spanien, Frankrig, Italien og Portugal*

#### De oprindeligt foreslåede tilsagn var utilstrækkelige

- (788) De oprindeligt foreslåede tilsagn vedrørte aktiviteterne: "Legrand Puissance" (fordelingstavler i Frankrig, Legrand-koncernen), "Bticino Puissance" (fordelingstavler i Italien, Legrand-koncernen), "Legrand Lexic" (gruppetavler i Frankrig, Spanien, Portugal og Danmark, Legrand-koncernen), "Multi 9" (gruppetavler i Italien, Schneider-koncernen) og virksomheden Baco (fejlstrømsafbrydere, Legrand-koncernen). Parterne foreslår at (i) overdrage navne på produktsortimenter i Europa og mærkerne Sarel og Saip for Italiens vedkommende, (ii) tilbyde en option på midlertidig anvendelse (tre år) af mærkerne Legrand Puissance, Bticino Puissance, Legrand Lexic og Merlin Gerin Modulaire, (iii) afstå produktionsenheden for nøgleprodukter til fordelingstavler (afbrydermateriel), en produktionsenhed for skabe til fordelingstavler til det italienske marked, en produktionsenhed for miniafbrydere beliggende i [...] og en planlagt enhed i regionen [...] til fremstilling af huse og

---

<sup>291</sup> Meddelelse fra Kommissionen om løsninger, der er acceptable i henhold til Rådets forordning (EØF) nr. 4064/89 og Kommissionens forordning (EF) nr. 447/98. EFT C 68 af 2.3.2001, s. 3.

andre komponenter til gruppetafler (disse gruppetafler er ikke beregnet til det italienske marked), (iv) give andre aktører del i intellektuelle og industrielle ejendomsrettigheder og (v) overdrage salgsnet og forretningskontrakter med grossisterne med eneforhandlingsret på de geografiske områder, der var omfattet af klagepunkterne, og ikke-eneforhandlingsret i resten af Europa for mærkerne Legrand Puissance, Bticino Puissance og Legrand Lexic.

- (789) Det fremgik af Kommissionens undersøgelse, at dette forslag indebar stærk usikkerhed om, hvorvidt de enheder, der blev foreslået afstået, havde den fornødne autonomi og konkurrenceevne. Denne usikkerhed skyldtes i høj grad det forhold, at hovedparten af de afståede enheder ikke i forvejen blev drevet som selvstændige virksomheder.
- (790) For det første ville den fusionerede enhed Schneider/Legrand i hvert fald delvist have bevaret ejendomsret og adgang til al den teknologi, der anvendes af de afståede enheder. Det var uden tvivl berettiget i Schneiders/Legrands øjne, fordi den fusionerede enhed selv ville fortsætte dels med de samme aktiviteter uden for Europa, som var baseret på den pågældende teknologi, dels med aktiviteterne i forbindelse med gruppetafler og tavlekomponenter under mærket Bticino i Europa og endelig med Merlin Gerin-aktiviteterne uden for Italien. Parterne havde forpligtet sig til ikke at konkurrere med den afståede enhed ved at markedsføre de samme produkter på de relevante markeder. Det faktum, at der ikke findes nogen præcis definition af begrebet "samme produkter", ville have været tilstrækkeligt for Schneider/Legrand til at videreudvikle Legrands oprindelige teknologi til at kunne udbyde produkter i konkurrence med dem, koncernen havde afstået. Desuden kunne den afståede enhed risikere med det samme at skulle konkurrere med identiske produkter fra Schneider/Legrand på de europæiske markeder, som ikke var omfattet af Kommissionens klagepunkter. Derfor kunne de afståede enheder risikere at se deres mærkes renommé svækket og deres konkurrence imødegået ved, at Schneider/Legrand kunne levere fuldstændigt identiske produkter. Det ville have bragt en del af de afståede aktiviteterets levedygtighed i fare.
- (791) Det faktum, at Schneider/Legrand efter fusionen ville bevare aktiviteter baseret på produkter, der var identiske med de afståede, ville have medført store problemer, navnlig med hensyn til den økonomiske konkurrenceevne hos de afståede produktionsenheder.
- (792) For det første havde parterne til hensigt at bevare produktionsenheder, som fremstillede produkter identiske med de afståede enheders. Eftersom Legrand havde optimeret produktionen på europæisk plan, ville det indebære en reorganisering af produktionen mellem de afståede fabrikker og de fabrikker, som forblev i Schneider/Legrand-koncernen. Ifølge parterne ville en sådan reorganisering koste [...] og vare [...]. Hertil kom planen om at reorganisere produktionsenheder [...], som ikke udelukkende fremstiller de omhandlede produkter. Ifølge parterne ville denne reorganisering [...].
- (793) For det andet ville de afståede produktionsenheder være nødsaget til fortsat at levere ganske meget til Schneider/Legrand-koncernen, for at denne kunne fortsætte med at sælge de pågældende produkter på de markeder, hvor den havde bevaret retten til at markedsføre dem (både i og uden for Europa). [20-60]\*% af disse enheders produktion skulle således sælges til Schneider/Legrand. Fabrikernes overlevelsesmuligheder ville dermed i vidt omfang afhænge af salget til Schneider/Legrand. Omvendt ville overtageren af den afståede enhed være nødsaget til fortsat at købe ind hos de fabrikker, som Schneider/Legrand havde beholdt (navnlig en fabrik beliggende

i Napoli), indtil produktionslinjerne var blevet flyttet og udvekslet mellem de forskellige produktionsenheder.

- (794) Endelig foreslog parterne en selvstændig afståelse af firmaet Baco, som ejer en produktionsenhed, der skulle levere fejlstrømsafbrydere til overtageren af aktiviteterne "Legrand Puissance", "Bticino Puissance" og "Legrand Lexic" og forskellige komponenter til en af de afståede fabrikker, for at denne fortsat kunne producere fejlstrømsafbrydere. Opfyldelsen af tilsagnene på dette punkt afhang således af en tredjeparts velvillige indstilling.
- (795) Hvad angår forslaget vedrørende gruppetavler i Italien, har det store flertal af adspurgte tredjeparter givet udtryk for alvorlig tvivl om den reelle kvalitet af dette tilbud. For det første står det klart, at dette tilsagn, når man ser bort fra mærkerne Sarel og Saip, var langt mere begrænset end det i forvejen utilstrækkelige forslag vedrørende de andre ovenfor beskrevne markeder for eltavler. Forslaget gav således anledning til samme tvivl som de ovenfor beskrevne, og var oven i købet endnu mere problematisk.
- (796) Det skal således understreges, at Schneider/Legrand fortsat ville operere under mærket Merlin Gerin på markederne for fordelingstavler i Italien. Ud over risikoen for, at kunderne ville forveksle mærkerne, og behovet for at samordne markedsføringsstrategier på markeder, som ligger særdeles tæt på hinanden, repræsenterer fordelingsstavlerne 78% af salget af produkter i serien Multi 9. Salget af disse produkter (mini-afbrydere) bliver rent forretningsmæssigt "trukket" af salget af afbrydermateriel (som skulle forblive hos Merlin Gerin), og en meget væsentlig del af overtagerens salg ville således være fuldstændigt afhængigt af Schneider/Legrand-koncernen.
- (797) Det ekstra problematiske ved forslaget vedrører det forhold, at der ikke afstås nogen produktionskapacitet og heller ingen intellektuelle og industrielle ejendomsrettigheder. Schneider ville fortsætte med at markedsføre identiske produkter uden for Italien under mærket Merlin Gerin og navnet Multi 9, og ville have stået helt frit med hensyn til at videreudvikle disse produkter uden at skulle tage hensyn til overtagerens specifikke behov. Desuden var konkurrenceklausulen udformet på en måde, så den ikke klart udelukkede eventuel efterfølgende videreudvikling af de afstående produkter, hvilket kunne have givet mulighed for en hurtigere genindtræden på markedet. Resultatet ville blive, at overtageren på en vis måde ville være videresælger af Schneiders produkter, som han ikke ville have hverken produktionsmæssig eller teknologisk kontrol over. Hvis han havde ønsket at installere sig mere varigt og uafhængigt på markedet, havde han måttet fremstille sine egne tavler. Eftersom hindringerne for at komme ind på markedet er for store, kunne der kun blive tale om en aktør, som i forvejen var aktiv på markedet. En sådan aktør skulle i så fald meget hurtigt have (i) udskiftet mærket, (ii) tilpasset produktionskapaciteten beregnet på det italienske marked og (iii) overbevist markedet om, at ændringerne af mærke og teknologi ikke påvirkede hans produkters sikkerhed, kvalitet osv.
- (798) Desuden gav forslagene vedrørende mærkerne Sarel og Saip anledning til særlige problemer. Sarel, som markedsfører Multi 9-produkterne, skulle være delt mellem overtageren af disse aktiviteter, overtageren af aktiviteten "stikkontakter og afbrydere" i Frankrig og Schneider/Legrand i relation til aktiviteterne "standardskabe" (jf. nedenfor). Det ville have skabt usikkerhed om dette mærkes værdi. For så vidt angår gruppetavler, omfatter Saip-mærket kun husene. Det ser desuden ud til, at Saip-mærket anvendes på andre markeder for lavspændingsmateriel i Italien. Parterne foreslog at overdrage produktionsværktøjerne uden at afstå selve fabrikken. Det ville



have givet anledning til ny usikkerhed med hensyn til, hvorvidt det var nødvendigt at genetablere en produktionsenhed.

- (799) Med hensyn til markedsadgang var parternes oprindeligt foreslåede tilsagn forbundet med flere usikkerhedsmomenter.
- (800) For det første er der tale om stor mærkeloyalitet på samtlige berørte markeder, og de oprindeligt foreslåede tilsagn omfattede ikke afståelse af mærker, men snarere afståelse af navne på produktserier med mulighed for i en begrænset periode at lade Legrand-mærket figurere på de solgte produkter. Overtageren af disse aktiviteter skulle således ikke blot overvinde den tekniske usikkerhed (med de dermed forbundne omkostninger i tid og penge) ved ændringen af det produktionsapparat, han havde overtaget, men skulle også påtage sig de betydelige omkostninger, der er forbundet med at ændre mærket på produkterne, og samtidig forsøge at overbevise markedet om, at alle disse samtidige ændringer ikke påvirkede kvaliteten af og sikkerheden ved hans produktudvalg. Kommissionens undersøgelse har bekræftet, at det er problematisk ikke fra starten at have sit eget mærke, og at en overtager skulle bruge lang tid (omkring syv år) til at gennemføre en udskiftning. Parallelt hermed viser Kommissionens undersøgelse, at en overtager samtidig burde beskyttes af klausuler om, at overdrageren ikke måtte gå ind på de berørte markeder under det oprindelige mærke i mindst ti år.
- (801) Endelig led parternes forslag under, at visse funktioner (såsom salg, markedsføring og logistik) var centralt integreret i Legrand-koncernen. Det oprindeligt foreslåede tilsagn vedrørte således ikke marketing- og logistikfunktionerne og omfattede et meget begrænset salgsnet [...]\*. Der var ingen præcise forslag vedrørende salgsnettet for Legrand Lexic uden for Frankrig. Det omfattede både specifikt salgspersonale og personer med delvist ansvar for salg. Udvalgelseskriterierne var ikke præciseret. Eftersom forslaget ikke vedrørte samtlige sælgere, ville både Legrand og Schneider have bevaret kontakter med kunderne. Der ville have været tale om meget tætte kontakter på de markeder, hvor Legrand også sælger monteringsmateriel (stikkontakter m.m.) og har en stærk position. Det ville således have sat den fusionerede enhed i stand til at omdirigere sine kunder til det udvalg af tavler, som forblev hos Schneider/Legrand-koncernen. Hvad angår de centrale funktioner (og de dertil hørende informationssystemer), viste Kommissionens undersøgelse, at en afståelse uden disse funktioner er mulig, men forbundet med betydelige risici.
- (802) Endelig foreslog parterne at overdrage salgskontrakter med grossisterne. Kommissionens undersøgelse rejste tvivl om, hvorvidt overtagerne ville få tilstrækkelig adgang til grossisterne (dvs. på samme vilkår som dem, de afstæede enheder havde tidligere). Parterne tilbyder således rabatter [...]\*. Ifølge parterne er disse rabatter på [0-10]\*%. Det er absolut ikke sikkert, at en overtager ville kunne tilbyde tilsvarende rabatter, eftersom han i relativ størrelse slet ikke ville kunne måle sig med Schneider/Legrand-koncernen. Hvis han ikke kunne tilbyde samme vilkår, kunne grossisterne meget vel vælge at fortsætte med at give Schneider og Legrand den fortrinsstilling, de tidligere havde. Det skal understreges, at det ikke nødvendigvis ville medføre udelukkelse af overtagerne, men det gør det tvivlsomt, om de ville være i stand til at genskabe samme konkurrencevilkår som dem, den afstæede enhed havde, da den hørte under Schneider eller Legrand.
- (803) Problemet ville være særligt akut i Frankrig. Schneider er således i forvejen dominerende på markederne for eltavler (med en andel på [40-70]\*% af markedet for fordelingstavler og [40-70]\*% af markedet for gruppetavler), mens Legrand i

forvejen er dominerende på de fleste andre markeder for lavspændingsmateriel (f.eks. med en andel på [70-100]\*% af markedet for stikkontakter og afbrydere). Som det er forklaret i meddelelsen med klagepunkter (det skal understreges, at parterne ikke har anfægtet denne konklusion), resulterer sammenlægningen af de to koncerner i en dominerende stilling i forhold til grossisterne (mellem [30-60]\*% af grossisternes samlede indkøb) i Frankrig. De oprindeligt foreslåede tilsagn ville naturligvis have haft en negativ indvirkning på denne samlede stilling i forhold til grossisterne, men den fusionerede enhed ville fortsat være dominerende på hovedparten af de berørte markeder og have bevaret sin stilling som "market leader". Schneider/Legrand-koncernen ville blive en uomgængelig partner for grossisterne og ville dermed være i stand til at kontrollere, hvilken adgang overtageren af aktiviteterne "Legrand Puissance", "Bticino Puissance" og "Legrand Lexic" skulle have til grossisterne, f.eks. ved at sikre sig, at denne adgang ikke gav ham mulighed for at udøve et aktivt konkurrencemæssigt pres af samme styrke som det, Legrand tidligere udøvede.

- (804) Konklusionen angående de oprindeligt foreslåede tilsagn med henblik på markederne for fordelingstavler og dertil hørende komponenter i Frankrig og Italien og markederne for gruppetavler og dertil hørende komponenter i Danmark, Spanien, Frankrig, Italien og Portugal er, at parternes forslag kunne sidestilles med en blanding af aktiviteter, som hidrørte fra uklare udskillelser af enheder fra den oprindelige koncern, og at det var særdeles tvivlsomt, om disse enheder ville kunne eksistere selvstændigt og have den nødvendige konkurrencemæssige styrke til at genskabe de oprindelige konkurrencevilkår.

#### Alternative forslag til tilsagn af 24. september 2001

- (805) Som reaktion på Kommissionens tvivl vedrørende virkningerne af de oprindeligt foreslåede tilsagn foreslog den anmeldende part at afstå [...]\*. Dette forslag var ledsaget af en tidsbegrænset afståelse af mærket [...]\* i hele Europa og salget af yderligere en produktionsenhed [...]\* samt yderligere flytning af produktionsenhederne [...]\*. Parterne foreslog med andre ord at afstå [...]\*.
- (806) Det positive ved dette forslag er, at det klart [...]\* eliminerer overlappningen af aktiviteter på alle de markeder, hvor den anmeldte fusion vil skabe en dominerende stilling eller styrke en eksisterende dominerende stilling. Det fjerner imidlertid ikke alle de tvivl og risici, der skyldes, at den enhed, der foreslås afstået, ikke er en fuldt selvstændigt drevet virksomhed.
- (807) For det første indebærer dette alternative forslag samme problemer som de oprindelige forslag med hensyn til, hvor meget det reelt omfatter, og med hensyn til udskillelsen af [...]\*. Som nævnt ville visse centrale funktioner (markedsføring, forretningsupport, forbindelser med distributørerne, logistik m.m.) ikke blive overdraget i fuldt omfang. I lighed med, hvad der gjorde sig gældende for det oprindelige forslag (jf. ovenfor), dækker det alternative forslag heller ikke hele salgsnettet, og der består fortsat problemer med hensyn til fælles anvendelse af mærket.
- (808) For det andet kræver det alternative forslag, at der flyttes aktiviteter mellem fabrikker. F.eks. [...]\*. Også produktionslinjerne [...]\* skulle i så fald overdrages til den enhed, der producerer [...]\*. Endelig skulle [...]\* ligesom tidligere samles med [...]\* i en eller to enheder. Disse overflytninger medfører usikkerhed om videreførelsen af de pågældende aktiviteter, dels på grund af de tekniske usikkerhedsmomenter, der er forbundet med sådanne overdragelser, dels på grund af tabene af knowhow [...]\*. Desuden kan Kommissionen ikke vurdere, om de enheder, der skal overtage

aktiviteterne, har kapacitet til at gøre det på en konkurrencedygtig måde (disponibelt areal, produktionsomkostninger, tilstrækkelige råmaterialer m.m.).

- (809) Endelig er det alternative forslag begrænset til Europa, på trods af at de berørte fabrikker henter en [...] \* del af deres omsætning fra eksport uden for Europa. Ifølge de foreslåede afhjælpningsforanstaltninger skulle dette salg uden for Europa fortsat varetages af Schneider/Legrand. Parterne har således gjort Kommissionen opmærksom på, at den enhed, der foreslås afstået, af et samlet salg på [300-500] \* mio. EUR i øjeblikket henter en omsætning på [50-250] \* mio. EUR uden for Europa. Det indebærer, at alle de produktionsenheder, der foreslås afstået, fortsat skulle levere ca. en fjerdedel af deres nuværende produktion til Schneider/Legrand-koncernen. Denne afhængighed er f.eks. særligt iøjnefaldende for fabrikken [...] \*, som skulle sælge [40-70] \*% af sin produktion uden for Europa. For at løse dette problem foreslår parterne [...] \*. I begge tilfælde ville det bevirke, at de pågældende enheders produktion ville blive begrænset enten med det samme eller på sigt, og det ville øge deres enhedsomkostninger. En sådan forøgelse af enhedsomkostningerne ville forringe deres indtjening og dermed skade deres konkurrenceevne. Virkningerne af et sådant tab af konkurrenceevne for den afståede virksomheds produktionsenheder ville ikke være ens i alle landene. På det franske marked, hvor Schneider allerede nu er dominerende, ville det være alvorligt, medens de markedsandele, der afstås på de italienske markeder for gruppetavler, ville være store nok til at absorbere et sådant tab af konkurrenceevne.
- (810) Til de ovennævnte problemer skal føjes, at det alternative forslag ikke afhjælper vanskelighederne ved at få adgang til markedet, navnlig ikke i Frankrig. De vilkår for markedsadgangen, Legrand havde før fusionen, var ikke blot knyttet til koncernens position på markedet for eltavler (som er forholdsvis beskeden i forhold til Schneiders, især i relation til fordelingstavler), men også til koncernens betydelige styrke på markederne for monteringsmateriel (stikkontakter, afbrydere m.m.). Kommissionens undersøgelse viste, at der ikke er andre aktører på markedet, der kan tilbyde grossisterne vilkår på linje med Legrand (som er dominerende på markedet for monteringsmateriel) og Schneider (som er dominerende på markedet for eltavler). Heraf følger, at overtageren af den pågældende aktivitet ikke ville få samme gunstige behandling af grossisterne [...] \* for de pågældende produkter, hvilket (ifølge Kommissionens undersøgelse) kunne få stor betydning for virksomhedens konkurrenceevne. Denne risiko bliver endnu større, når først fusionen er gennemført, fordi overtageren derefter skulle konkurrere med en koncern, der kombinerer Schneiders og Legrands stærke positioner.
- (811) For det franske markeds vedkommende har Kommissionen konkluderet, at fusionen vil medføre en styrkelse af Schneiders dominerende stilling på markederne for fordelingstavler og gruppetavler. Som det fremgår af ovenstående vurdering af konkurrenceforholdene efter den anmeldte fusion, skyldes en sådan styrkelse navnlig to faktorer: sammenlægningen af Legrands markedsandele med Schneiders (denne sammenlægning ville ikke finde sted med det alternative forslag) og styrkelsen af Schneiders stilling over for distributørerne af elmateriel med tilføjelsen af Legrands salg og stærke stilling i sektoren for monteringsmateriel. Som nævnt ville overtageren af den foreslåede aktivitet slet ikke kunne lægge samme konkurrencemæssige pres på Schneider, som Legrand var i stand til (og langt mindre presse den fusionerede enhed Schneider/Legrand). Under disse omstændigheder vil de foreslåede tilsagn ikke eliminere fusionens konkurrencebegrænsende virkninger på de pågældende markeder.

- (812) Konklusionen er, at den anmeldende parts alternative forslag ikke eliminerer alle de risici, der var forbundet med de oprindeligt foreslåede tilsagn (nogle af disse risici var i sig selv tilstrækkelige til at rejse tvivl om afhjælpningsforanstaltningens effektivitet), og heller ikke afhjælper de problemer, der ville kunne opstå på markederne for eltavler og tavlekomponenter i Frankrig. Under alle omstændigheder kan Kommissionen ikke udtale sig om, hvorvidt forslaget vil kunne accepteres, uden et nyt rundspørge (hvilket er udelukket på dette stadium i sagsforløbet).

*Det franske og det portugisiske marked for hovedafbrydere*

- (813) Det oprindeligt foreslåede tilsagn bestod i at afstå hele virksomheden Baco med samtlige materielle og immaterielle aktiver, personale og salgskontrakter. Baco er også aktiv inden for fejlstrømsafbrydere og hjælpemateriel til kontrolsystemer. Disse produkter markedsføres under mærkerne Baco og Legrand. Produktionen finder sted på en fabrik i Strasbourg.
- (814) Det foreslåede tilsagn eliminerer den konkurrencemæssige overlapning med Schneider-koncernen på markederne for hovedafbrydere. Baco er desuden en vel fungerende virksomhed, som tilsyneladende drives helt selvstændigt. Men som nævnt er en del af Bacos produktion afhængig af andre af Legrands aktiviteter inden for eltavler. Navnlig hidrører en fjerdedel af Bacos omsætning tilsyneladende fra underleverancer til resten af Legrand-koncernen. Det fremgik således af Kommissionens undersøgelse, at salget af Baco måtte knyttes sammen med salget af Legrands aktiviteter inden for eltavler. Undersøgelsen viste også, at parternes tilsagn med dette forbehold ville løse de konkurrencemæssige problemer på det franske og det portugisiske marked for hovedafbrydere.
- (815) Parternes alternative forslag til tilsagn indebærer en adskillelse af Bacos leverancer fra resten af Legrand-koncernen under [...] og lader muligheden stå åben for en afståelse i forbindelse med [...]\*. Det betyder, at tilsagnet om frasalg af Baco skal knyttes sammen med salget af andre aktiviteter vedrørende eltavler, og derfor kan det foreslåede tilsagn ikke umiddelbart accepteres.

*Det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner*

- (816) De foreslåede tilsagn går ud på afståelse af Baco. Det eliminerer den konkurrencemæssige overlapning med Schneider-koncernen på det franske marked for hjælpemateriel til kontrol- og signalfunktioner. Bemærkningerne ovenfor vedrørende virksomheden Baco er også relevante for dette marked.

*Det franske marked for stikkontakter og afbrydere*

De oprindeligt foreslåede tilsagn var utilstrækkelige

- (817) Det oprindelige forslag bestod i at afstå virksomhederne Alombard og Scanelec, som begge er datterselskaber i Schneider-koncernen. Alombard har specialiseret sig i fremstilling af stikkontakter og afbrydere, men udvikler også aktiviteter på markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel. Alombard har sit eget produktions- og F&U-anlæg i Orléans. Det foreslåede tilsagn omfattede alle Alombards materielle og immaterielle aktiver. Scanelec markedsfører monteringsmateriel, der sælges gennem supermarkeder og byggemarkeder. Det foreslåede tilsagn omfattede alle Scanelecs materielle og immaterielle aktiver.

- (818) Det fremgår af Kommissionens undersøgelse, at dette forslag ikke ville kunne genskabe en effektiv konkurrence på de berørte markeder.
- (819) For det første ser det ud til, at markedet betragter de produktserier, Alombard selv fremstiller, som forældede. De øvrige produktserier er udviklet af andre enheder i Schneider-koncernen (som ikke overdrages).
- (820) Desuden indebærer disse forslag om afståelse store problemer med hensyn til de to enheders autonomi på grund af deres nuværende integrering i Schneider-koncernen. Alombard indkøber hovedparten af sine komponenter hos andre virksomheder i Schneider-koncernen. Hvis ikke overtageren fortsat vil være afhængig af Schneider/Legrand, vil han være nødsaget til at lancere nye produktlinjer for at integrere Alombard i sin eksisterende virksomhed, hvilket ville tage mellem ét og to år og kræve omfattende investeringer. Desuden er Alombards salgsnet og en række af virksomhedens centrale funktioner [...]\*. En overtager skulle således også genetablere hele salgsapparatet og erstatte de centrale funktioner.
- (821) Scanelec køber alle sine komponenter hos Schneider-koncernen, og sælger sine produkter under Schneiders mærker, og [...]\*. af medarbejderne er ansat på kontrakt med Schneider. Det er vanskeligt at forestille sig, at denne virksomhed ville kunne overleve uden at kunne støtte sig til Schneider-koncernen i en ganske lang periode. Salget af Scanelec hænger nøje sammen salget af Alombard, fordi de hver især repræsenterer [10-30]\*% af den anden virksomheds aktivitet. Kommissionens undersøgelse har bekræftet denne analyse.
- (822) Endelig tegner Alombard og Scanelec sig tilsyneladende kun for en begrænset del af det franske marked for stikkontakter og afbrydere (ca. [0-10]\*%), imod den fusionerede enheds ca. [80-100]\*%. I betragtning af Schneiders/Legrands meget stærke position over for de franske grossister på samtlige markeder for lavspændingsmateriel er det meget usandsynligt, at den afståede enhed ville være i stand til at udøve et konkurrencemæssigt pres af samme omfang som Schneider-koncernen (som kunne udnytte sin styrke inden for eltavler til at tilskynde grossisterne til at sælge virksomhedens produkter inden for stikkontakter).
- (823) Konklusionen er, at det foreslåede tilsagn om at afstå Scanelec og Alombard ikke ville kunne genskabe de oprindelige konkurrencevilkår.

#### De alternative forslag til tilsagn af 24. september 2001

- (824) De alternative forslag til tilsagn består i [...]\*. Ifølge de oplysninger, Kommissionen har fået, [...]\*.
- (825) Det alternative forslag ville således mere end eliminere den nuværende konkurrencemæssige overlappning mellem Schneider og Legrand. Det indebærer dog væsentlige problemer i to henseender.
- (826) For det første er der spørgsmålet om [...]\* konkurrenceevne. Navnlige henter [...]\* en væsentlig del (20-30%) af sin omsætning fra levering af komponenter til andre brancher [...]\*. Parterne foreslår at udskille denne leveringsaktivitet inden afståelsen [...]\*, men der består fortsat tvivl med hensyn til denne udskillelses indvirkning på [...]\* rentabilitet, og hvorvidt produktudvalget er konkurrencedygtigt. En nøjagtig analyse af disse punkter vil kræve et nyt rundspørge.

- (827) Desuden var Legrand før fusionen dominerende på det franske marked for stikkontakter og afbrydere (med en samlet markedsandel på [80-90]\*% [...]\*). Den største konkurrent var Alombard ([0-10]\*%), som kunne støtte sig til Schneider-koncernen (både med hensyn til produkter, via Lexel, og med hensyn til adgang til grossisterne). Efter fusionen og opfyldelsen af tilsagnet vil situationen være [...]\*. Det forekommer usandsynligt, at den nye enhed skulle være i stand til at bevare disse markedsandele. For det første fremgår det af interne dokumenter fra Schneider, at denne virksomhed sigtede på en markedsandel på [10-20]\*% for [...]\*. Fusionen vil eliminere denne dynamik. Dernæst vil den fusionerede enhed Schneider/Legrand kunne foretage samme differentiering af mærkerne som tidligere på markedet og isolere [...]\*. I betragtning af, at Legrand har en meget dominerende position allerede før fusionen, at den fusionerede enhed ville beholde de to vigtigste mærker (Legrand og [...]\*), og endelig at den fusionerede enhed vil være totalt dominerende i forhold til grossisterne, er det et spørgsmål, om afståelsen [...]\* vil gøre det muligt at genskabe samme konkurrencemæssige forhold, som bestod før fusionen.
- (828) Kommissionen mener, [...]\*, det ikke vil være tilfældet. Som beskrevet i relation til gruppetavlerne er det ikke sikkert, at overtageren vil kunne få samme mulighed for adgang til distributionsleddet, som [...]\* havde. Det vil få endnu større betydning, når fusionen er gennemført og Legrands stærke position bliver lagt sammen med Schneiders. Det vil kunne få stor betydning for det konkurrencepres, [...]\* vil kunne udøve efter fusionen. [...]\* skal desuden konkurrere med den fusionerede enhed, hvis produktsortiment vil være mindst på linje med overtagerens eget, og som vil have fordel af kombinationen af de to mærker (Legrand og [...]\*). Det vil give den fusionerede enhed mulighed for at iværksætte specifikke foranstaltninger imod [...]\*.
- (829) Kommissionen må konkludere, at der består alvorlig tvivl om, hvorvidt det alternative forslag til tilsagn vil kunne genskabe det konkurrencemæssige pres, der bestod før fusionen, og eliminere fusionens konkurrencebegrænsende virkninger på det pågældende marked. Under alle omstændigheder kan Kommissionen ikke acceptere det nye forslag uden et nyt rundspørge (som er udelukket på dette stadium i sagsforløbet).

#### *Det græske marked for stikkontakter og afbrydere*

#### De oprindeligt foreslåede tilsagn var utilstrækkelige

- (830) De oprindeligt foreslåede tilsagn bestod i, at Alombard skulle overtage (se de foregående betragtninger) den eneforhandlingsaftale, Schneiders datterselskab, Elko, havde indgået med den græske selvstændige virksomhed [...]\* om import af stikkontakter og afbrydere i Grækenland.
- (831) Kommissionens undersøgelse viser, at det er usikkert, om en sådan overførsel reelt kan gennemføres rent juridisk og på det tekniske og forretningsmæssige plan. Den standard for stikkontakter og afbrydere, der anvendes i Grækenland (Schuko), er anderledes end den, der anvendes i Frankrig (fransk-belgisk), hvor Alombard sælger stort set hele sin produktion. Desuden er Alombard-mærket i dag ukendt i Grækenland, og adspurgte tredjeparter har givet udtryk for stærk tvivl om, hvorvidt det vil kunne genskabe den konkurrence, Elko tidligere kunne give. Endelig er der intet, der tyder på, at den græske importør accepterer en sådan overtagelse.

## De alternative forslag til tilsagn af 24. september 2001

- (832) Det alternative forslag består i [...] og i at give mulighed for, at [...] anvender mærket [...] i Grækenland. Dette forslag er dog forbundet med samme usikkerhedsmomenter, som det oprindelige tilsagn. Navnlige [...]. Det er under ingen omstændigheder sikkert, at overtageren [...] vil ønske at investere i en produktionslinje for Schuko-stik, som der kun er begrænsede afsætningsmuligheder for (det græske marked).
- (833) Kommissionen mener derfor, at disse tilsagn ikke løser de konkurrencemæssige vanskeligheder, der er påpeget vedrørende det græske marked for stikkontakter og afbrydere. Under alle omstændigheder kan Kommissionen ikke acceptere dette nye forslag uden et nyt rundspørge (som er udelukket på dette stadium i sagsforløbet).

### *Det franske marked for specialiseret elmateriel*

- (834) Forslaget går ud på at afstå Sarels aktivitet "installationsmateriel". Sarel fremstiller kapslinger til automatiksystemer i industrien og "installationsmateriel" (specialiserede stikkontakter og afbrydere og fastgørelses- og forgreningsmateriel) [...].
- (835) Tilsagnet omfatter afståelse af alle Sarels materielle og immaterielle aktiver i tilknytning til aktiviteten "installationsmateriel" og Sarel-mærket for denne produktkategori. Det skal understreges, at den fusionerede enhed vil beholde Sarels aktiviteter vedrørende fremstillingen af kapslinger og ejendomsretten til mærket "Sarel Envelopes".
- (836) Sarels aktivitet "installationsmateriel" repræsenterer [...] af Schneiders omsætning på det franske marked for specialiseret elmateriel. Det foreslåede tilsagn eliminerer dermed alle former for konkurrencemæssig overlappning på dette marked.
- (837) Kommissionens undersøgelse viste, at delingen af Sarel-mærket og opdelingen af denne aktivitet (adskillelse af produktionsenhederne og mere generelt af aktiviteterne vedrørende standardkapslinger, som forbliver i Schneider-koncernen, og aktiviteterne vedrørende installationsmateriel, som afstås) kun vil få begrænsede konkurrencemæssige virkninger. Under alle omstændigheder er forslaget forbundet med de samme problemer, som gør sig gældende vedrørende eltavler i Frankrig og stikkontakter og afbrydere, for så vidt angår overtagerens evne til at genskabe de tidligere konkurrencevilkår.

### *Det spanske marked for specialiseret elmateriel*

- (838) Det foreslåede tilsagn (som ikke er blevet ændret) går ud på at afstå aktiviteten "installationsmateriel", fremstillet af Sarel (som ligeledes skal afstås - jf. ovenfor), af mærket Estanca 55, der anvendes i Spanien af Schneiders datterselskab Eunea Merlin Gerin, til markedsføring af specialiseret elmateriel. Det skal også bemærkes, at Eunea Merlin Gerin står for alle Schneiders aktiviteter på det pågældende marked.
- (839) Det foreslåede tilsagn dækker kun fremstillingen af produkterne og det specifikke navn på produktserien (Estanca 55), hvorunder disse produkter sælges i Spanien. Derimod dækker det hverken afståelse af forretningsværdier (et ikke nærmere præciseret salgsnet, som tilsyneladende ikke [...]) eller det overordnede mærke (Eunea Merlin Gerin), som derfor vil kunne genanvendes af den fusionerede enhed til at markedsføre et nyt produktsortiment fra Legrand. Det fremgår klart af

undersøgelsen, at en produktserie, som ikke kan støtte sig til en koncern med samme styrke som Schneider i Spanien, ikke vil kunne få adgang til distributionsleddet på konkurrencedygtige vilkår.

*Det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel*

- (840) Det foreslåede tilsagn går ud på at afstå [...] \* særskilt samt Sarels aktivitet "installationsprodukter". Disse afståelser eliminerer alle former for konkurrencemæssige overlapninger på det franske marked for fastgørelses- og forgreningsmateriel, hvor Legrand har en dominerende stilling. Dette forslag til tilsagn giver ikke anledning til andre bemærkninger end de ovenfor anførte vedrørende det franske marked for stikkontakter og afbrydere.

*Det franske marked for nødbelysningsystemer*

- (841) Det foreslåede tilsagn går ud på at afstå Schneiders aktiviteter "nødbelysnings-systemer" til den enhed, der overtager Sarels aktiviteter "installationsmateriel" (som er omfattet af et andet tilsagn - jf. ovenfor). Det skal bemærkes, at Schneider ikke har nogen produktionsenheder for denne form for produkter, men indkøber dem hos en tredjepart. Leveringskontrakten skal ligeledes overdrages til overtageren. Nødbelysningsystemerne markedsføres af Schneider under mærket Merlin Gerin. På nuværende tidspunkt anvendes Sarel-mærket ikke til denne type produkter.
- (842) Desuden foreslår parterne at afstå forretningsværdier vedrørende Lumatic, herunder Lumatic-mærket, til overtageren af Sarels aktiviteter "installationsmateriel". Lumatic var tidligere en selvstændig virksomhed, der markedsførte sine produkter under dette mærke, men er nu en del af Legrands datterselskab, URA/Lumatic, som er specialiseret i fremstilling af nødbelysningsystemer. Legrand-koncernen besluttede dog allerede i 2000 at opgive Lumatic-mærket i løbet af 2001 til fordel for URA-mærket.
- (843) Rundspørget vedrørende det oprindeligt foreslåede tilsagn viser, at udskiftningen af Merlin Gerin-mærket med mærkerne Sarel (som ikke findes på det pågældende marked) og/eller Lumatic (som er ved at forsvinde) ikke er tilstrækkeligt til at genskabe de oprindelige konkurrencevilkår på markedet (hvor Legrand har en dominerende stilling med en markedsandel på over [40-60]\*%).
- (844) Den anmeldende part har foreslået alternative tilsagn, som går ud på at overdrage det til [...] \* at markedsføre de uafhængige nødbelysningsenheder, der i øjeblikket sælges af Merlin Gerin. [...] \*, men Kommissionen nærer alvorlig tvivl om dette forslags virkninger. Det indebærer samme problemer med hensyn til adgang til distributionsleddet og evnen til at genskabe en effektiv konkurrence, som dem, der gør sig gældende for de øvrige markeder for elmateriel og -tavler i Frankrig. Desuden giver en sådan afhjælpningsforanstaltning ikke garanti for, at overtageren [...] \* vil være tilskyndet til at skærpe konkurrencen på det pågældende marked. Under alle omstændigheder kan Kommissionen ikke acceptere dette forslag uden et nyt rundspørge (som er udelukket på dette stadium i sagsforløbet).

*Det franske marked for lavspændingstransformere*

- (845) Det foreslåede tilsagn er senere blevet ændret. I første omgang foreslog parterne at overdrage forretningsværdierne i forbindelse med Schneiders aktiviteter inden for



lavspændingstransformere til koncernens nuværende leverandør, Murrelektronik. Det skal understreges, at Schneider markedsfører disse produkter under mærket Télémécanique. Det foreslåede tilsagn bestod således i at beholde de Murrelektronik-produkter, som i dag figurerer i Télémécaniques forretningskatalog, men at markedsføre dem under mærket Murrelektronik.

- (846) Som et alternativ foreslog den anmeldende part at overdrage leveringskontrakten mellem Schneider og Murrelektronik til Baco (som er omfattet af et andet tilsagn - jf. ovenfor).
- (847) Første del af dette alternativ vil ikke ændre ved styrkelsen af Schneiders/Legrands markedsindflydelse. Selv om overdragelsen af leveringskontrakten til Baco vil betyde, at den fusionerede enheds markedsandel ikke øges kræver det ikke desto mindre, at der lanceres et nyt mærke, hvilket giver anledning til usikkerhed med hensyn til de afståede aktiviteters levedygtighed og konkurrenceevne. Det er desuden et spørgsmål, om Murrelektronik er i stand til at operere uafhængigt af Schneider, der markedsfører hovedparten af virksomhedens produktion, eftersom parterne selv har indrømmet, at virksomheden ikke ville overleve, hvis Schneider ophørte med at distribuere dens produkter. Desuden giver en sådan afhjælpningsforanstaltning ingen garanti for, at overtageren af Baco vil være tilskyndet til at skærpe konkurrencen på det berørte marked.

#### *Det britiske marked for kabelføringsveje*

- (848) Forslaget til tilsagn består i, at virksomheden Métal Déployé i forbindelse med ophævelse af kontrakten om salg og levering af Cablofil-produkter fra Métal Déployé til Schneiders datterselskab, Mita, får overdraget Mitas forretningsværdier og salgsnet, der forestår salget af de pågældende produkter. Desuden forpligter den anmeldende part sig til ikke at genoptage markedsføringen af denne kategori af produkter i de næste fem år. Det skal bemærkes, at salget af Cablofil-produkterne repræsenterer ca. [50-70]\*% af Schneiders omsætning på det pågældende marked.
- (849) I betragtning af Schneiders og Legrands forholdsvis beskedne position i Det Forenede Kongerige er det sandsynligt, at den reduktion af markedsandele, der følger af tilsagnet, kombineret med en konkurrenceklausul vil kunne løse de konkurrence-mæssige problemer.

### **C. Konklusion**

- (850) Det fremgår klart af Kommissionens rundspørge, at de oprindeligt foreslåede tilsagn er utilstrækkelige både med hensyn til spørgsmålet om de enheder, der foreslås afstået, drives som selvstændige virksomheder, og med hensyn til de afståede enheders potentielle problemer med at skaffe sig adgang til markedet. Parternes alternative forslag til tilsagn løser kun i begrænset omfang de problemer, der er forbundet med det oprindelige forslag. De kan således ikke umiddelbart accepteres. De alternative forslag til tilsagn (i) er fortsat klart utilstrækkelige på visse markeder (markedet for stikkontakter og afbrydere i Grækenland, markedet for specialiserede stikkontakter i Spanien, markedet for lavspændingstransformere i Frankrig og markedet for nød-belysningsystemer i Frankrig), (ii) er forbundet med stor usikkerhed på en lang række områder i relation til de afståede enheders levedygtighed og (iii) giver fortsat anledning til alvorlig tvivl med hensyn til enhedernes evne til at opretholde deres nuværende position og genskabe en effektiv konkurrence på de berørte markeder. De

to sidstnævnte punkter gælder alle de berørte markeder bortset fra markedet for salg af kabelføringsveje i Det Forenede Kongerige. Hvad angår de nye tilsagn, der er indeholdt i de alternative forslag (bl.a. tilsagnene vedrørende eltavler og standardstikkontakter og -afbrydere), kan Kommissionen under ingen omstændigheder acceptere dem uden et nyt rundspørge, som er udelukket i henhold til punkt 43 i Kommissionens meddelelse om acceptable løsninger.

## **VII. HOVEDKONKLUSION**

- (851) Af ovennævnte grunde vil den anmeldte fusion skabe en dominerende stilling eller styrke en dominerende stilling, som bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt. De foreslåede tilsagn giver ikke Kommissionen mulighed for at vurdere, at de gør fusionen forenelig med fællesmarkedet og EØS-aftalen. Kommissionen konkluderer derfor, at den anmeldte fusion er uforenelig med fællesmarkedet og EØS-aftalen –

### **VEDTAGET FØLGENDE BESLUTNING:**

#### **Artikel 1**

Den fusion, som Schneider anmeldte til Kommissionen den 16. februar 2001, og som vil give selskabet enekontrol over Legrand, erklæres uforenelig med fællesmarkedet og med EØS-aftalen.

## Artikel 2

Denne beslutning er rettet til

**SCHNEIDER ELECTRIC S.A.**  
43-45, boulevard Franklin Roosevelt  
92500 RUEIL-MALMAISON  
FRANKRIG

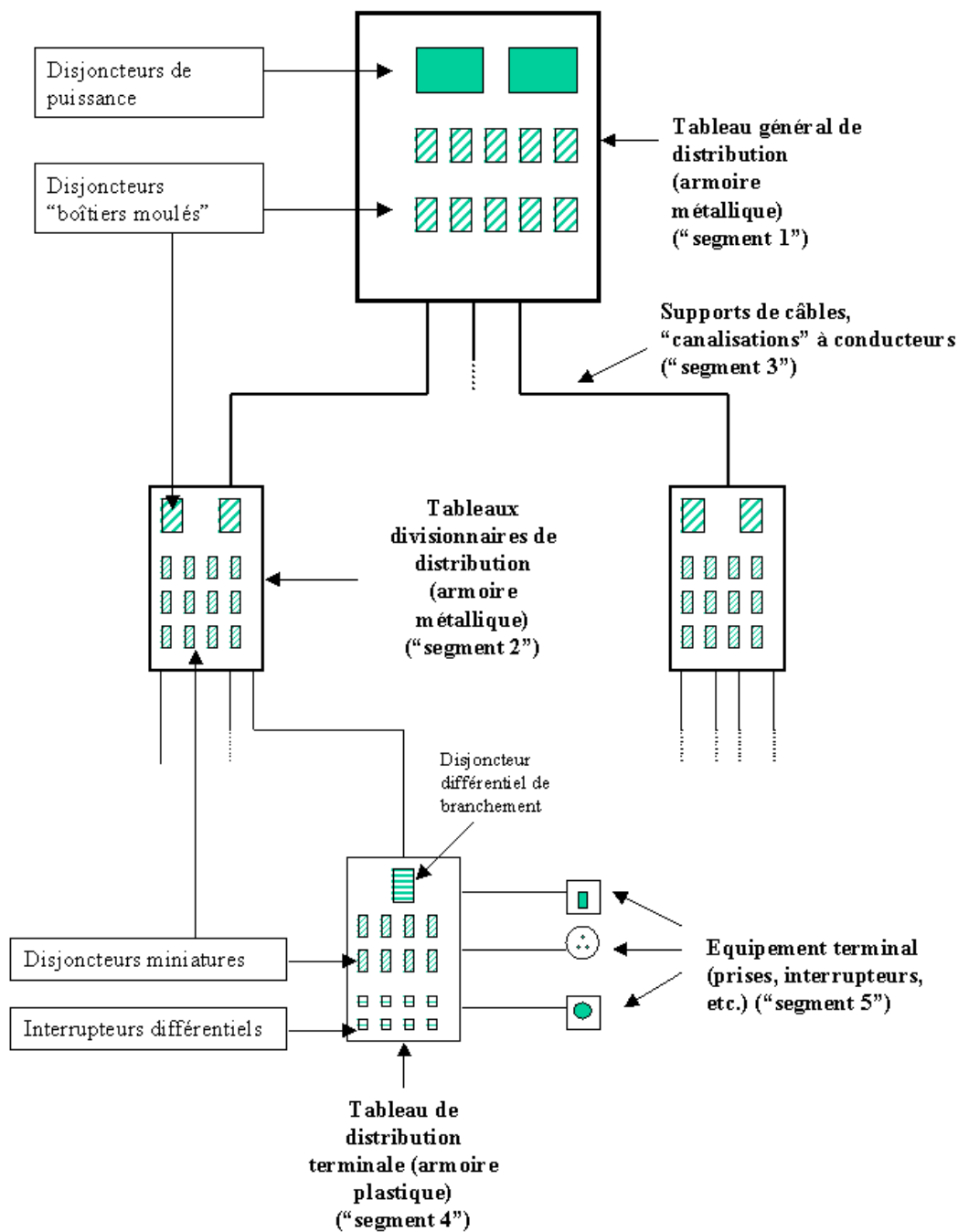
Udfærdiget i Bruxelles, den .....

På Kommissionens vegne

Medlem af Kommissionen

# BILAG 1

## OVERSIGTSSKEMA: ELMATERIEL



## BILAG 2

### MÆRKER, HVORTIL PARTERNE HAR EJENDOMSRETTE

SCHNEIDER		LEGRAND	
Mærke	Geografisk område	Mærke	Geografisk område
Alombard	F	Arnould	F
Boige&Vignal	F	Bticino	F-E-P-D-B-A-F-NL
Dalcotech	DK	Legrand	Alle lande
Eljo	S	Ortronics	I-UK-F
Elko	S-FIN-EL	Planet-Watthom	F-NL-A-DK-S-FIN-D
Elsø	D-EL	Quintela	E-P-D-B
ESMI	FIN-S-DK-D	Tenby	
Eunea	E-P	Tegui	UK-IRL
Gardy	F-B	Terraneo	I-E-P-D-B-A-F-NL
JoJo (i byggemarkeder))	DK-UK-S-FIN-F (under mærket Jo)	URA	F-E-B-S
Lexel	S-FIN-DK	Wiremold	UK
LK	DK		
May&Steffen	D		
Merlin-Gerin	Alle lande		
Mita	UK-B-IRL		
Multisignal	S		
Normabarre	F-I		
Sarel	F-I-A-B		
Schyller	Alle lande (ekskl. L)		
Square D	UK		
Stago	NL-B		
Strömfors	FIN-D-S-DK		
Télemécanique	Alle lande		
Telesafe	S-D-NL		
Thorsman	S-FIN-DK-UK-IRL-D-NL-B		
Wibe	S-FIN-DK-UK-B-A-P		