

***Cas n° COMP/2283 -
SCHNEIDER
ELECTRIC/LEGRAND***

Le texte en langue française est le seul disponible et faisant foi.

**RÈGLEMENT (CEE) n° 4064/89
SUR LES CONCENTRATIONS**

Article 8(3)

date: 10/10/2001



Bruxelles, 10.10.2001 *
SG (2001) D/291745

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

La décision sera publiée au Journal officiel des Communautés européennes.

DÉCISION DE LA COMMISSION

du 10.10.2001

déclarant une opération de concentration incompatible avec le marché commun

(Affaire n° COMP/M.2283 – Schneider/Legrand)

Règlement (CEE) du Conseil n° 4064/89

(Le texte en langue française est le seul faisant foi)

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu l'accord sur l'Espace économique européen, et notamment son article 57,

vu le règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil, du 21 décembre 1989, relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises¹, modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1310/97 du Conseil, du 30 juin 1997², et notamment son article 8, paragraphe 3,

vu la décision prise par la Commission, le 30 mars 2001, d'engager la procédure dans la présente affaire,

¹ JO L 395 du 30.12.1989, p. 1; JO L 257 du 21.9.1990, p. 13 (rectificatif)

² JO L 180 du 9.7.1997, p. 1; JO L 40 du 13.2.1998, p. 17 (corrigendum).

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

après avoir donné aux entreprises intéressées l'occasion de faire connaître leur point de vue au sujet des griefs retenus par la Commission,

vu l'avis du comité consultatif en matière de concentrations³,

vu le rapport final du Conseiller auditeur en matière de concurrence⁴,

CONSIDÉRANT CE QUI SUIT:

1. Le 16 février 2001, la Commission européenne a reçu notification, conformément à l'article 4 du règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil, d'un projet de concentration par lequel l'entreprise SCHNEIDER ELECTRIC acquiert, au sens de l'article 3 paragraphe 1 point b du règlement du Conseil (CEE) N° 4064/89 (par la suite : Règlement Concentrations), le contrôle de l'ensemble de l'entreprise LEGRAND par offre publique d'échange annoncée le 15 janvier 2001.

I. LES PARTIES A L'OPÉRATION

2. SCHNEIDER ELECTRIC (par la suite : Schneider), société anonyme de droit français, est la société-mère d'un groupe actif dans la production et de la vente de produits et de systèmes dans les secteurs de la distribution électrique, du contrôle industriel et de l'automation. Ses activités sont exercées au niveau mondial.
3. LEGRAND (par la suite : Legrand), société anonyme de droit français, est la société-mère d'un groupe actif dans la production et la vente d'appareillages électriques d'installations basse tension. Ses activités sont exercées au niveau mondial.

II. LA CONCENTRATION

4. La concentration consiste en une offre publique d'échange lancée par Schneider sur l'intégralité des actions Legrand détenues par le public. Par conséquent, la concentration est une acquisition de contrôle unique, au sens de l'article 3 paragraphe 1 point b du Règlement Concentrations. L'offre publique d'échange a été clôturée le 25 juillet 2001 et Schneider Electric détient 98,1% du capital de Legrand.

III. DIMENSION COMMUNAUTAIRE

5. Les entreprises concernées réalisent un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 5 000 millions d'euros⁵ (Schneider : 8 750 millions d'euros ; Legrand : 2 791 millions

³ JO C2001 , p....

⁴ JO C2001 , p....

⁵ Chiffre d'affaires calculé conformément à l'article 5(1) du règlement relatif au contrôle des opérations de concentrations et à la communication de la Commission sur le calcul du chiffre d'affaire (JO C 66, du 2.3.1999, p. 25). Dans la mesure où ces données concernent des chiffres d'affaires relatifs à une période antérieure au 1.1.1999, elles sont calculées sur la base des taux de change moyens de l'écu et traduit en euros sur la base d'un pour un.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

d'euros). Chacune d'entre elles réalise un chiffre d'affaires dans la Communauté de plus de 250 millions d'euros (Schneider : 4 095 millions d'euros ; Legrand : 1 684 millions d'euros), mais aucune ne réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans un seul et même Etat membre. L'opération a donc une dimension communautaire.

IV. PROCEDURE

6. Après examen de la notification, la Commission a conclu que l'opération notifiée relève du Règlement Concentrations et soulève des doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché commun et l'accord sur l'EEE. Par conséquent, par décision du 30 mars 2001, elle a engagé la procédure conformément à l'article 6 paragraphe 1 point c du Règlement Concentrations.
7. Afin de permettre à la Commission d'examiner l'opération notifiée, la Commission a adressé une demande de renseignements à Schneider et à Legrand le 6 avril 2001, en application de l'article 11 du Règlement Concentrations. Le délai pour répondre à cette demande a expiré le 18 avril 2001. Pourtant, Schneider et Legrand n'ont pas fourni tous les renseignements demandés dans le délai imparti.
8. La Commission a donc adopté deux décisions, adressées à Schneider et Legrand, conformément à l'article 11 paragraphe 5 du Règlement Concentrations. En vertu de l'article 10 paragraphe 4 du Règlement Concentrations, le délai pour adopter une décision conformément à l'article 8 du Règlement Concentrations a donc été suspendu du 6 avril 2001 jusqu'à la date de réception de l'ensemble des renseignements demandés par la Commission, soit le 25 juin 2001.
9. La Commission a adressé à Schneider une communication de griefs, le 3 août 2001. Les parties ont répondu à cette communication de griefs dans un document (ci-après "le Mémoire en Réponse") envoyé le 16 août 2001. Une audition a ensuite eu lieu le 21 août 2001.

V. COMPATIBILITÉ AVEC LE MARCHÉ COMMUN

A. Le secteur du matériel électrique à basse tension

A.1 Introduction

10. Les effets de l'opération se feront principalement sentir dans le secteur du matériel électrique à basse tension, dans lequel sont réalisées l'intégralité des ventes de Legrand et près de la moitié de l'activité de Schneider.
11. Ce secteur regroupe les équipements situés dans les bâtiments industriels, tertiaires ou résidentiels en aval de leur branchement au réseau de distribution électrique moyenne tension. Il comprend l'ensemble des équipements nécessaires à la distribution et au raccordement de l'électricité dans le bâtiment (comme les tableaux de distribution, les canalisations et boîtiers de dérivations de câbles, les prises de courant ou les interrupteurs), des composants de communication et de contrôle (pour la climatisation, l'éclairage, etc.) et des équipements relatifs à certaines applications dans le bâtiment, comme les systèmes de sécurité et de protection contre l'incendie ou l'intrusion.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

12. Plus précisément, la présente opération concernera essentiellement les trois ensembles d'activités suivants :

(a) Les tableaux de distribution basse tension, qui servent essentiellement à distribuer l'énergie électrique aux différents niveaux de l'installation (par exemple, bâtiment, étage ou appartement) et à protéger l'installation et l'utilisateur contre le risque de surintensité et de court-circuit.

Ces tableaux, principalement constitués d'une armoire et de composants de protection (comme les disjoncteurs, les fusibles, ou les interrupteurs différentiels), peuvent être subdivisés en trois différentes catégories, correspondant aux différents niveaux de distribution électrique : (i) les tableaux généraux (pour le raccord des grands bâtiments tertiaires ou industriels au réseau moyenne tension), (ii) les tableaux divisionnaires (typiquement utilisés au niveau d'un étage), et (iii) les tableaux terminaux (employés au niveau de l'utilisateur final ayant de faibles besoins en énergie, comme l'habitant d'un appartement) ;

(b) Les supports de câbles et les canalisations préfabriquées, qui servent de support au transport des câbles électriques en sous-sol, gaine technique ou faux plafond d'un bâtiment ;

(c) Les équipements électriques situés en aval du tableau de distribution terminale, qui regroupent six catégories de produits : (i) les appareillages ultra terminaux, qui constituent la partie terminale de l'installation électrique (prises, interrupteurs, etc.) ; (ii) les systèmes de contrôle, qui pilotent une application spécifique (par exemple le chauffage) dans une zone particulière d'un bâtiment ; (iii) les systèmes de protection, qui assurent la sécurité des biens et des personnes (systèmes d'alarmes, détection incendie, éclairage de sécurité, etc.) ; (iv) les connecteurs informatiques pour systèmes de communication (connecteurs informatiques, armoires de brassage, etc.) ; (v) Les matériels de fixation et de dérivation, qui permettent la dérivation, la fixation et le câblage des installations en aval des tableaux terminaux ; et (vi) les composants de cheminement de câbles en ambiance (goulottes, boîtes de sol ou potelets).

13. L'opération notifiée aura également des effets pour d'autres types de produits à usage industriel, notamment les auxiliaires de contrôle et de signalisation, également dénommés "boutonnerie industrielle" et les équipements d'alimentation et de transformation électrique.

14. Les parties proposent de segmenter ce secteur de la façon suivante, qui servira de point de départ par la suite dans la présente décision pour la définition des marchés pertinents :

Tableau 1

Segment	Nom	Produits
Segment 1	Tableaux généraux basse tension	Eléments d'armoires, disjoncteurs, fusibles, etc.
Segment 2	Tableaux divisionnaires	Eléments d'armoires, disjoncteurs, fusibles, etc.
Segment 3	Supports de câbles et canalisations préfabriquées	Supports de câbles et canalisations préfabriquées
Segment 4	Tableaux terminaux	Eléments d'armoires, disjoncteurs, fusibles, interrupteurs et disjoncteurs différentiels, etc.
Segment 5	Segment 5A	Equipements électriques en aval du tableau terminal Systèmes d'appareillages ultra terminaux Systèmes de contrôle Systèmes de sécurité et de protection Composants pour systèmes de réseaux de communication

	Segment 5B	Accessoires d'installation répartie	Boîtes de dérivation, matériel de fixation et matériel de câblage en aval du tableau terminal et en amont de l'appareillage d'installation
	Segment 5C	Cheminements en ambiance	Boîtes de sol, goulottes murales, potelets, etc.
Composants industriels		Produits de transformation et d'alimentation Auxiliaires de contrôle et de signalisation	Equipements destinés à assurer l'alimentation électrique en courant alternatif ou en courant continu d'équipements industriels Appareils de connexion destinés à assurer la commande d'un équipement industriel

A.2 Présentation du secteur

A.2.1 Les acteurs en présence

15. L'offre et la demande pour les équipements concernés peuvent faire intervenir six types d'acteurs distincts : les fabricants, les grossistes, les tableautiers, les installateurs, les maîtres d'œuvre (architectes, sociétés d'ingénierie, etc.) et les clients finals.

A.2.2. Les fabricants de matériel électrique basse tension

16. Les fabricants de matériel électrique sont les groupes industriels qui mettent au point et produisent les équipements en cause. Selon une segmentation retenue⁶ en interne par Schneider, on peut distinguer trois types d'acteurs distincts : les "mega acteurs", les "dilemmes", et les "matures".
17. Schneider caractérise principalement les grands groupes internationaux (ou "méga acteurs") par leur grande taille, leur portefeuille diversifié de produits et leur capacité à engager de grands mouvements de repositionnement de leurs activités. En plus de Schneider, les grands groupes figurant dans cette catégorie au niveau mondial sont ABB, Siemens, General Electric, Tyco, Matsushita et Emerson. Seuls quatre de ces groupes détiennent des activités significatives dans le matériel électrique basse tension en Europe. Il s'agit de Schneider, ABB, Siemens et GE, qui possèdent tous un vaste portefeuille de produits basse tension et détiennent des activités significatives dans les matériels électriques moyenne tension ou haute tension. Il convient également de noter que ABB, Siemens et GE sont dans une certaine mesure verticalement intégrées, et détiennent des activités d'installateur de matériels électriques et/ou de tableautier. Emerson est principalement présent aux Etats-Unis, Matsushita est quasiment absent d'Europe, et Tyco n'est présent en Europe que sur quelques niches dans les équipements situés en aval du tableau terminal et les supports de câbles.
18. Selon Schneider, les "dilemmes" [...] sont des sociétés plus spécialisées, principalement positionnées sur des secteurs cycliques [...] et souffrant d'un manque passager de croissance. Ces sociétés sont également caractérisées par des changements importants dans leurs portefeuilles d'activités, et elles n'ont pas su constituer un groupe cohérent, ce qui s'est traduit par une baisse significative de leur valeur boursière.

⁶ " Evolution du positionnement stratégique de nos principaux concurrents ".

* Certains passages du présent document ont été supprimés afin de ne pas publier d'informations confidentielles; ils figurent entre crochets et sont indiqués par un astérisque.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

19. Quant aux “matures” [...]*, il s’agit de sociétés de plus petite taille et spécialisées dans les matériels basse tension. Elles sont le plus souvent dotées d’un portefeuille d’activités matures qui évolue peu, mais bénéficient d’une croissance de leur chiffre d’affaire qui reste soutenue grâce aux acquisitions externes. Ce type de description conviendrait également à [...]*.
20. La segmentation précédente est essentiellement effectuée sur la base de la taille et de la diversité du portefeuille de produits, ce qui correspond à la vision commerciale et stratégique de Schneider. Cela étant, elle s’applique également à la diversification plus ou moins internationale des entreprises en question. Les “mega acteurs”, notamment Schneider, ABB et Siemens, sont généralement présents dans un vaste nombre d’Etats membres, tandis que certains “matures” ont le plus souvent leurs activités limitées à un faible nombre de territoires. Ainsi, [...]* intervient principalement en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et au Portugal, tandis que [...]* réalise plus de la moitié de son chiffre d’affaires en Allemagne et que [...]* agit essentiellement en Italie.
21. Pour résumer ce qui précède, les activités des principaux fabricants peuvent être résumées sur le tableau suivant (***= vaste portefeuille de produits vendus dans la plupart des Etats membres, **=lacunes dans le portefeuille ou la couverture, *=fortes lacunes dans le portefeuille et la couverture):

Tableau 2

Nom	Tableaux généraux	Tableaux divisionnaires	Supports de câbles et canalisations préfabriquées	Tableaux terminaux	Equipements en aval du tableau terminal
Schneider	***	***	***	***	**
Legrand		**	*	***	***
ABB	***	***	*	***	**
Siemens	***	***		**	*
GE	***	***		**	*
Hager		**	*	***	*
Moeller	**	**	**	**	*
Gewiss		*		*	*

A.2.3 Les grossistes

22. Les grossistes sont des distributeurs de proximité offrant toute la gamme des matériels nécessaires aux installateurs ou aux tableautiers pour réaliser une installation électrique. Comme l’indiquent les parties, ils assurent une fonction de répartition capillaire des produits, de logistique, mais aussi d’assortiment et parfois, pour certains produits et certains clients (notamment les installateurs de petite taille), de financement pour l’achat des produits voire de conseil technique. Ce sont eux qui achètent directement aux fabricants.
23. Les rapports entre les grossistes et les fabricants sont régis par des contrats en général d'une durée d'un an, mais renouvelable. Ces contrats sont négociés à plusieurs niveaux géographiques (essentiellement local et national) et de produits. En règle générale, ils prévoient des rabais par lignes de produit par rapport aux prix de catalogues des

fabricants. Ces rabais sont proportionnels au volume de ventes des produits en cause. Au delà de cette première ligne de rabais, les contrats avec les grossistes prévoient des remises supplémentaires qui cherchent à donner des incitations (par exemple en étant progressives) à développer telle ou telle ligne de produits ou à développer les ventes générales des produits du fabricant en question. Ces remises sont calculées en fin de période. Il peut arriver que ces accords de distribution puissent être chapeautés par un accord au niveau européen, mais de tels accords chapeau sont le plus souvent de portée générale et ne comprennent pas de dispositions financières.

24. Leur rôle, et leur importance dans la chaîne logistique, varient significativement d'un type de matériel à un autre. Les données fournies par les parties, corroborées par l'enquête de la Commission, montrent ainsi que les grossistes sont à peu près absents des ventes de produits pour tableaux généraux, mais qu'ils interviennent dans à peu près 80% des ventes de matériels pour tableaux divisionnaires et des supports de câbles, et dans la quasi-intégralité (plus de 90%) des ventes de dispositifs pour tableaux terminaux et des équipements situés en aval du tableau terminal.
25. Ces différences semblent principalement s'expliquer par le fait que les installateurs ont généralement tendance à effectuer l'essentiel de leurs achats auprès des grossistes, et qu'à l'inverse, les grands clients industriels et les grands tableautiers s'adressent le plus souvent directement aux fabricants. Pour les produits (composants pour tableaux divisionnaires, composants pour tableaux terminaux, supports de câbles et canalisations préfabriquées, des équipements situés en aval du tableau terminal) principalement achetés par les installateurs ou les tableautiers de petite ou moyenne taille, les fabricants vendront donc normalement l'essentiel de leur production par le biais des grossistes. En revanche, les produits généralement approvisionnés par les grands clients industriels ou les grands tableautiers, comme les composants pour tableaux généraux, seront généralement fournis directement par les fabricants.
26. L'enquête de la Commission montre également que la taille et le degré de concentration des grossistes peuvent significativement fluctuer d'un Etat membre à un autre. La distribution est ainsi fortement concentrée en France autour des groupes Rexel et Sonepar, mais elle semble être beaucoup plus atomisée en Espagne ou au Portugal. D'après les documents internes⁷ des parties, ces différences de structure ne sont pas sans conséquences sur le comportement des grossistes dans les pays concernés. Il semble ainsi que, dans les pays où les grossistes sont les plus atomisés, comme le Portugal, la concurrence entre grossistes conduite à une guerre des prix qui se reporte au niveau des fabricants.

A.2.4 Les tableautiers

27. Les tableautiers sont les professionnels qui assemblent les différents éléments d'un tableau de distribution électrique dans un bâtiment. En pratique, ils assurent quatre fonctions : (i) l'étude et l'adaptation du tableau aux besoins particuliers de chaque affaire, (ii) l'approvisionnement et l'assemblage des parties constitutives du tableau (éléments d'armoire, disjoncteurs, fusibles, etc.), (iii) le câblage du tableau et (iv) la vérification du bon fonctionnement de l'ensemble. Ils livrent ensuite les armoires prêtes à l'emploi à l'installateur qui les posera chez le client final. En pratique, les tableautiers

⁷ Legrand, Plans Moyen Terme.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

interviennent principalement sur les tableaux généraux et les tableaux divisionnaires. Les tableaux terminaux, plus simples, sont généralement directement adaptés et assemblés par l'installateur.

28. La taille et le nombre de tableautiers varient en fonction des puissances (et donc de la complexité de l'installation) concernées. C'est ainsi que, selon les parties, la France compte environ 3 000 tableautiers capables d'assembler des tableaux de moins de 630 Ampères, mais seulement 300 pour des tableaux jusqu'à 1 600 Ampères. En outre, certains tableautiers peuvent être intégrés verticalement. Par exemple, certains fabricants comme ABB et Siemens disposent de leurs propres activités de tableautiers dans certains pays. De même, certains tableautiers peuvent en outre fabriquer ou modifier certains éléments connexes du tableau (comme les barres de support ou la tôlerie de protection), voire intervenir directement au niveau de l'installation.
29. Il convient enfin de signaler que les grands tableautiers, qui travaillent sur des affaires complexes (comme les tableaux généraux), s'approvisionnent le plus souvent directement auprès des fabricants, tandis que les tableautiers de taille moyenne et petite, qui interviennent essentiellement sur les tableaux divisionnaires, achètent généralement leurs composants auprès des grossistes. Pour des raisons logistiques, les achats réalisés par les grands tableautiers directement auprès des fabricants peuvent parfois transiter par les grossistes (qui n'assurent alors que cette fonction logistique).
30. Enfin, les tableautiers peuvent recevoir un agrément de la part des fabricants. En délivrant un tel agrément, un fabricant atteste de la capacité technique du tableautier à utiliser ses produits. Dans la plupart des cas, un tableautier est agréé par un seul fabricant qui sera de ce fait son fournisseur principal.

A.2.5 Les installateurs

31. Les installateurs sont les professionnels qui assurent l'installation des matériels électriques basse tension chez le client final. Ce sont également eux qui choisissent le plus souvent la gamme et la marque des matériels, à l'exception des composants pour grands tableaux de distribution électrique, qui sont choisis par les tableautiers ou prescrits par les maîtres d'œuvre, et des composants "visibles" (prises, interrupteurs, etc.) qui sont traditionnellement choisis par le maître d'œuvre pour les grands bâtiments tertiaires ou résidentiels ou en liaison avec le client final pour les petits bâtiments résidentiels.
32. Cette catégorie est relativement atomisée et hétérogène, puisqu'elle regroupe un grand nombre d'acteurs (plus de 30 000 en France) allant de l'artisan travaillant seul jusqu'à des entreprises de plus de 10 employés détenant un bureau d'études. Cela étant, et à l'instar des tableautiers, les parties estiment que l'on peut généralement établir une relation entre taille de l'entreprise et complexité de l'installation. C'est ainsi que les petits installateurs interviennent généralement sur les tableaux terminaux et les équipements ultra terminaux (prises, interrupteurs, etc.) dans des petits bâtiments. Par exemple, les parties expliquent que dans le cas des tableaux terminaux, ces tableaux étant moins techniques que les tableaux divisionnaires, "les artisans sont souvent des sociétés de 2 ou 3 personnes comprenant le patron avec l'ouvrier et/ou un apprenti; c'est son épouse qui passe les commandes chez le distributeur. Pour des raisons de disponibilité, de facilité de montage, ils achètent l'ensemble [du tableau auprès d'une

même marque]*".⁸ Les installateurs de taille moyenne (3 à 10 employés) sont généralement retenus pour les projets comprenant des tableaux divisionnaires. Les installateurs de plus grande envergure (10 employés et plus) concentrent leurs activités sur les tableaux généraux. Les grands installateurs peuvent d'ailleurs être assimilés à des tableautiers.

33. Comme il a été indiqué plus haut, les installateurs s'approvisionnent de façon quasi exclusive auprès de leurs grossistes locaux. Il faut d'ailleurs noter que les installateurs ne conservent en général que des stocks très limités de produits. Les grossistes peuvent ajouter à leurs fonctions classiques de logistique des prestations de financement (l'artisan n'étant généralement payé qu'une fois l'installation réceptionnée). Il apparaît également que, dans un nombre croissant de cas, les installateurs peuvent demander à leurs grossistes des services de conseil technique, voire de prescription, notamment pour la réalisation de systèmes complexes.
34. Les installateurs ont également de plus en plus souvent recours à des logiciels d'aide à la conception d'installation électrique qui leur sont fournis, à titre gracieux ou onéreux, par les fabricants. Ces logiciels permettent aux installateurs de gagner du temps dans la conception de l'installation et le choix des produits et sont spécifiques à chaque fabricant. L'enquête de la Commission a montré qu'en pratique les installateurs n'utilisent qu'un ou deux logiciels de fabricants différents en raison du temps, et donc du coût, qu'il est nécessaire d'investir pour maîtriser leur usage. La diffusion de ces logiciels a donc pour objectif et pour effet de renforcer la fidélité des installateurs aux produits d'un fabricant.

A.2.6 Les maîtres d'œuvre

35. Les maîtres d'œuvre sont les architectes, les bureaux d'études, les sociétés de BTP ou les promoteurs immobiliers responsables des projets dans lesquels seront installés les matériels électriques. Ils n'interviennent le plus souvent que dans des projets de taille importante (aussi bien industriels ou tertiaires que résidentiels), et ils n'achètent pas les produits eux-mêmes. Néanmoins, en définissant les spécifications techniques de l'installation (et parfois la marque des produits), ils peuvent être amenés à jouer un rôle de prescripteur.

A.2.7 Les clients

36. Les clients finals sont les personnes ou les entreprises propriétaires du bâtiment dans lequel le matériel électrique sera installé. Selon une segmentation traditionnellement utilisée dans ce secteur (et notamment reprise par Schneider et Legrand), les clients finals peuvent être divisés en deux grandes catégories : les applications industrielles, d'une part, et le bâtiment, d'autre part. Le secteur du bâtiment est parfois lui-même subdivisé en sociétés du secteur tertiaire et en clients résidentiels.
37. A l'exception de certains composants spécifiquement destinés à un usage industriel (comme les auxiliaires de contrôle et de signalisation ou les transformateurs et produits d'alimentation), un matériel électrique basse tension donné (par exemple un disjoncteur) pourra être utilisé de façon identique par les deux catégories de clients. C'est notamment

⁸ Message des parties du 25 juillet 2001.

le cas pour les composants de distribution électrique, les supports de câble et la plupart des systèmes d'installation répartie.

38. Toutefois, il existe des différences significatives entre projets industriels et projets du bâtiment. En particulier, l'essentiel des projets dans le bâtiment concerne des installations de petite taille, véhiculant des puissances électriques relativement modérées (niveau divisionnaire ou terminal). En outre, pour les projets de ce type, le client final et les prescripteurs ne jouent un rôle significatif dans le choix de la gamme et de la marque qu'en ce qui concerne les matériels "visibles" (prises, interrupteurs, cheminements en ambiance, etc.). Le choix de la marque et de la gamme des autres matériels (composants pour tableaux, supports de câbles, etc.) est plutôt réalisé par l'installateur ou, le cas échéant, par le tableautier.
39. En revanche, les projets industriels impliquent plus souvent des puissances élevées (du type de celles distribuées par des tableaux généraux). En outre, ces projets peuvent ne pas se limiter à la simple distribution ou répartition de l'énergie électrique, mais également inclure des équipements spécifiques du type automatismes, systèmes de contrôles des procédés, etc. Enfin, le poids du client final ou des maîtres d'œuvre dans le choix de la marque des équipements y est plus important.
40. Le périmètre des équipements approvisionnés pour les applications industrielles peut donc être différent de celui correspondant aux applications tertiaires ou résidentielles. Le type de demande (puissance, valeur du contrat) émanant des clients industriels peut également significativement dépasser celui d'un contrat moyen pour bâtiment, et se rapprocher des plus grands contrats de ce type.
41. Il s'ensuit que, dans la plupart des contrats industriels et des grands contrats pour bâtiment, les fabricants vendent directement les matériels électriques concernés, soit au client final (pour les grands sites industriels), soit aux grands tableautiers. La situation est donc différente de celle des contrats traditionnels dans le bâtiment, où les ventes passent généralement par le biais de grossistes. En outre, les contrats y sont plus prévisibles, en nombre plus faible, (et, à en croire des documents internes⁹ de Schneider, [...])* que pour la plupart des affaires dans le bâtiment. Enfin, les spécifications peuvent être rédigées de façon distincte, et insister par exemple plus sur l'usage de normes communautaires que sur certaines normes ou habitudes d'installation nationales.
42. En pratique, il résulte de ce qui précède que, bien que les fabricants soient généralement tous présents sur l'ensemble des segments, leur réputation et leur position concurrentielle pourront significativement varier d'un type d'application à l'autre. Ainsi Legrand détient-il une réputation d'excellence dans le secteur résidentiel, tandis que Siemens et ABB semblent traditionnellement plus orientés vers les clients industriels.

A.3 Importance des normes

43. S'agissant de produits qui sont destinés à entrer en contact avec le courant électrique, les différentes catégories de matériel électrique basse tension sont soumises à des règles qui doivent assurer que leur utilisation ne mette pas en danger la vie et la santé des personnes ou l'intégrité des biens. Ces règles ont une incidence sur la façon selon

⁹ Document Schneider (réponse à la question 316) : "Developping switchboard business".

laquelle les produits sont conçus. De plus, dans la mesure où il existe des variations de normes applicables à l'intérieur de l'EEE, ces règles ont également une incidence sur la possibilité de commercialiser ces produits dans les différents Etats membres.

44. Il convient de distinguer différentes catégories de règles et normes :

A.3.1 La Directive basse tension

45. Tout d'abord, il y existe des règles et normes à caractère obligatoire. Il s'agit ici surtout de la directive 1973/23/CEE du Conseil du 19 février 1973 concernant le rapprochement des législations des Etats membres relatives au matériel électrique destiné à être employé dans certaines limites de tension¹⁰ (" Directive basse tension "), des directives subséquentes et de la législation des Etats membres adoptée pour transposer ces directives en droit national.

46. La Directive basse tension ne contient pas de règles précises quant à la fabrication des produits, mais se borne à prescrire un certain niveau de sécurité que ces produits doivent atteindre (" exigences essentielles ") afin de pouvoir circuler librement au sein de l'EEE. Elle laisse, suite à un mandat de la Commission, aux organismes européens de normalisation, comme le Comité européen de normalisation électrotechnique (Cenelec), le soin d'édicter des normes européennes harmonisées, qui n'ont pas de force légale, mais qui garantissent aux fabricants et utilisateurs, par la voie d'une présomption légale, que les produits qui y sont conformes répondent aussi aux exigences légales.

A.3.2 Normes de produit émanant des organismes de normalisation

47. En dehors des normes européennes harmonisées, liées avec la législation européenne en détaillant les exigences essentielles des directives, il existe d'autres normes adoptés par les différents organismes de normalisations au niveau international, européen et national comme la Commission électrotechnique internationale (CEI), le Cenelec , l'Union technique de l'électricité (UTE) en France, la Deutsche Elektrotechnische Kommission im DIN und VDE (DKE) en Allemagne, etc. Ces normes et standards édictent également des règles précises sur la fabrication des produits concernés. Le respect de ces normes et standards n'est pas non plus obligatoire en droit.

48. Au sein des organismes de normalisation, les principaux intérêts concernés (fabricants, utilisateurs, etc.) sont représentés. La CEI est la fédération au niveau internationale et le Cenelec, celle au niveau européen des organismes nationaux. Au sein de ses deux organismes, il existe des comités et sous-comités techniques pour les diverses catégories de produits, qui sont composés de délégations des comités et sous-comités correspondants des organismes nationaux. Seuls les présidents et les secrétaires de chaque comité et sous-comités sont nommés pour une période fixe. Les membres des délégations des organismes nationaux sont désignés de façon ad hoc pour une seule réunion ou série de réunions. Les fabricants essaient normalement d'être représentés dans les comités qui portent sur les produits qu'ils produisent afin d'être impliqués dans le processus de normalisation. Une présence internationale est alors un avantage car cela permet d'être impliqué à de multiples niveaux. Les parties consacrent chacune des ressources substantielles pour participer aux travaux de normalisation.

¹⁰ JOCE L 77 du 26 mars 1973, p. 29-33.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

49. Les normes Cenelec sont normalement (dans les 80 % des cas¹¹) adoptés suite à l'élaboration d'une norme par la CEI, et elles suivent les normes CEI avec parfois certaines adaptations. Les normes Cenelec sont contraignantes pour les organismes nationaux de normalisation. Elles doivent être adoptées comme normes nationales sans modifications, et les normes nationales qui ne seraient pas conformes aux normes Cenelec pertinentes doivent être abolies.¹²
50. Les parties affirment qu'il existe des normes européennes harmonisées pour la grande majorité des produits du matériel de distribution électrique. Pourtant, le processus d'harmonisation des normes en Europe demeure encore inachevé. De nombreux produits relèvent en effet des normes européennes qui n'harmonisent pas l'intégralité de leurs caractéristiques. Par exemple, aucun effort d'harmonisation n'a pour autant été entrepris en ce qui concerne le brochage des prises électriques.

A.3.3 Règles et habitudes d'installation

51. Les règles et habitudes d'installations ne concernent pas la fabrication des produits eux-mêmes, mais la façon selon laquelle ils doivent être connectés au réseau (par exemple quant au régime du neutre), ce qui a souvent des répercussions sur la configuration du produit lui-même. Il s'agit normalement de règles édictées par les organismes de normalisation (CEI, Cenelec ou organismes nationaux). Elles émanent parfois des autorités publiques (par exemple l'arrêté français du 2 octobre 1978 lié aux établissements recevant du public qui contient certaines règles concernant l'éclairage de sécurité¹³). Enfin, il peut s'agir de simple habitudes ou traditions suivies par les installateurs dans un pays ou une région donnée. Ces habitudes d'installations, bien que n'ayant aucune force obligatoire, contraignent *de facto* les fabricants à construire les produits d'une façon déterminée s'ils entendent commercialiser avec succès leurs produits dans le pays concernés.
52. Parmi les règles et habitudes d'installation, il faut aussi citer les prescriptions de certaines entreprises. Par exemple, les sociétés de distribution d'énergie électrique, édictent des règles concernant le matériel destiné à être connecté au réseau public d'électricité. Ces règles, qui sont aussi *de facto* contraignantes pour les fabricants de matériel électrique, peuvent avoir un champ d'application national comme dans le cas d'Electricité de France (EDF), ou s'appliquer à un niveau régional, voire local, comme c'est le cas pour certaines sociétés régionales de distribution d'électricité en Allemagne ou en Autriche.

A.3.4 Le marquage " CE " et les marques de qualité nationales

53. Il existe deux types de marquage : la marque " CE " et les marques de qualité nationales.
54. La marque " CE " doit, en vertu des directives communautaires, être apposée obligatoirement sur tout produit relevant de la Directive basse tension. Elle est apposée sur le produit sous la seule responsabilité du fabricant qui déclare de ce fait que le produit est conforme aux exigences de la directive. Ces exigences concernent les caractéristiques des produits ainsi que les procédures d'évaluation de la conformité qui

¹¹ www.cenelec.org/Info/about.htm.

¹² www.dke.de/en/wir/normung.

¹³ Réponse des parties du 21 juin 2001, question 187.

doivent être appliquées avant la mise sur le marché du produit. Les fabricants peuvent se prévaloir de normes, dites “harmonisées”, pour démontrer la conformité de leurs produits aux exigences essentielles des directives, alors que les procédures prévues peuvent nécessiter l'intervention d'un organisme tierce partie. Le marquage “CE” assure ainsi en droit la libre circulation des produits à l'intérieur de l'EEE.

55. Les marques de qualité (telle que la marque “NF” en France, la marque “VDE” en Allemagne ou la marque “CEBEC” en Belgique) sont accordées par un organisme de certification indépendant sur demande du fabricant à la suite d'essais effectués par un laboratoire reconnu et au paiement d'une redevance. La marque de qualité certifie la conformité du produit avec les normes (internationales, européennes ou nationales) applicables.
56. L'obtention de la marque de qualité n'est en général pas obligatoire. Il existe pourtant des exceptions à cette règle. Par exemple, en France, il est obligatoire d'obtenir la marque de qualité française pour les systèmes d'éclairage de sécurité. Même s'il n'y a pas obligation juridique pour les fabricants à obtenir la marque de qualité d'un pays pour y commercialiser leurs produits, l'obtention de la marque de qualité constitue un impératif commercial. Les installateurs et clients finals le requièrent souvent, parce que la marque de qualité en question les assure que les produits qui la portent sont sûrs et fiables. Ceci est particulièrement important s'agissant des matériels électriques qui, s'ils s'avèrent défectueux, peuvent entraîner de graves accidents. La confiance dans les marques nationales est d'ailleurs renforcée par le fait que contrairement à la marque “CE”, elles sont délivrées par des organismes indépendants.
57. L'importance relative de la marque “CE” et de la marque de qualité aux yeux des installateurs et des consommateurs est reflétée par leur disposition et leur visibilité sur les produits électriques. Lorsque les deux marques sont apposées sur un produit, la marque de qualité est mise en valeur par le fabricant, tandis que la marque “CE” est le plus souvent nettement moins visible. Ainsi, dans le cas des disjoncteurs, la marque de qualité est apposée sur la partie frontale du produit et elle est souvent de couleurs vives. La marque “CE” quant à elle est généralement apposée sur une face latérale du produit et sa couleur se confond le plus souvent avec celle du produit.
58. La fonction qu'assument les marques nationales de qualité pour les consommateurs est résumée par Arnould, filiale de Legrand, de la façon suivante :¹⁴

“La marque NF résulte d'un engagement volontaire du fabricant qui choisit de soumettre ses produits à une procédure rigoureuse de certification. **La marque NF est une preuve de conformité aux normes françaises et européennes.** Elle est délivrée par un organisme indépendant de certification sur la base d'essais complets des produits et d'audits des sites de fabrication. Elle est maintenue sous réserve de contrôles réguliers satisfaisants. **La marque NF garantit bien plus que la sécurité. Elle garantit la fiabilité et la qualité des matériels électriques.** Concrètement, l'utilisation de matériels électriques marqués NF est le gage du bon fonctionnement de votre installation.”

¹⁴ Catalogue général 2001, p. 319 (caractères gras dans l'original).

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

59. Legrand donne dans son catalogue de produits pour l'année 2000 les explications suivantes pour ce qui concerne le marquage " CE " :¹⁵

" Le marquage CE apparaît sur les produits électriques et/ou électroniques Legrand ou sur leurs emballages. Il est rendu obligatoire par directives du Conseil des Communautés Européennes. [...] * Le marquage CE ne peut en aucun cas remplacer une marque de qualité. En France, il permet aux contrôleurs des douanes et de la répression des fraudes (DGCCRF) d'autoriser la libre circulation de tout produit marqué CE. Le fabricant doit apposer le marquage CE sur ses produits ou leurs emballages sous sa seule responsabilité. Sa production ne fait l'objet d'aucun contrôle de conformité par un organisme tiers (conformité aux normes nationales et internationales de sécurité et performance). "

60. De même, le CEBEC, l'organisme belge de certification, explique :¹⁶

" Le droit belge et européen prescrivent la conformité des produits aux directives communautaires et, par conséquent, le marquage CE. Tout produit portera la marque CE, des produits qui ne la portent pas ne sont pas autorisés à être commercialisés sur le marché. Le marquage CE comme tel permet uniquement aux produits d'être commercialisés et ne contient aucune information supplémentaire [...] *.

Beaucoup de directives applicables aux produits électriques appliquent un module d'appréciation de conformité sans aucune intervention d'un laboratoire indépendant ou organisme reconnu. Le marquage CE n'est rien d'autre que la déclaration d'un fabricant que les exigences essentielles sont atteintes.

La marque CEBEC exprime la conformité continue avec des standards de sécurité internationaux, confirmée par un organisme de certification indépendant et réputé.

Les consommateurs continueront à demander des produits électriques munis d'une certification indépendante. L'industrie d'équipement et d'installation a besoin de la conformité continue avec des standards internationaux. Le marquage CE ne la garantit pas ; par contre, la marque CEBEC le fait. "

61. Les organismes nationaux de certification sont également dans la plupart des Etats membres les organismes en charge de la normalisation des produits. Dans quelques pays (en Allemagne et au Royaume-Uni, par exemple), il existe plusieurs organismes de certification.
62. En vertu d'une convention entre la plupart des organismes membres du Cenelec, le " Cenelec Certification Agreement (CCA) ", tout produit auquel a été accordée la marque de qualité d'un organisme membre peut recevoir la marque de qualité délivrée par tout autre organisme sur simple demande, contre paiement d'une redevance réduite et sans qu'une nouvelle série d'essais soit nécessaire. Il n'en demeure pas moins qu'il existe une marque de qualité différente dans chacun des Etats membres de l'EEE et que les produits électriques sont revêtus de la marque de qualité nationale de l'Etat où ils sont commercialisés.

¹⁵ Catalogue 2000, p. 800.

¹⁶ www.cebec.be/leaflets/cebec.html.

A.4 *Fonctionnement du secteur*

A.4.1 Description de la chaîne verticale

63. La filière reliant tous ces acteurs peut être résumée de la façon suivante. La demande émane du client final, qui confie la définition de l'installation électrique, soit à un installateur, soit, pour les projets de taille importante, à un maître d'œuvre. Une fois le schéma de l'installation électrique défini, le matériel électrique est généralement choisi, acheté et posé par un installateur, qui s'approvisionne le plus souvent auprès d'un grossiste local, qui peut être une filiale d'un grossiste de dimension internationale. Le grossiste est lui-même approvisionné en produits par les différents fabricants de matériel électrique (comme Schneider ou Legrand).
64. Quand l'installation comprend des tableaux de distribution, ceux-ci doivent être spécifiquement adaptés aux besoins du client. Cette adaptation se fait en déterminant le type, le nombre et les caractéristiques des différents équipements (disjoncteurs, fusibles, interrupteurs différentiels) entrant dans la composition des tableaux. Comme il a été indiqué plus haut, l'adaptation et le montage des tableaux terminaux sont généralement effectués directement par l'installateur, parce que ces produits sont relativement simples. En revanche, cette opération est plus complexe dans le cas des tableaux généraux et les tableaux divisionnaires, et elle doit alors être réalisée par un spécialiste, le tableautier. Dans ce cas, ce sont ces tableautiers qui choisissent et achètent les différents composants, soit auprès des grossistes, soit, pour les plus importants d'entre eux, directement auprès des fabricants.
65. Pour être complet, il convient enfin de signaler que les fabricants peuvent parfois vendre directement leurs produits à certains clients finals (comme certains producteurs de machines ou d'appareils utilisant du matériel électrique basse tension, par exemple des prises de courant ou des auxiliaires de contrôle et de signalisation). De plus, certains clients finals effectuent parfois eux-mêmes la pose et le choix de leur matériel électrique, qu'ils achètent le plus souvent dans des grandes surfaces ou des magasins de bricolage. Ces ventes restent cependant minimes, et ne remettent pas en cause la description générale qui précède.

A.4.2 Importance des installateurs et des tableautiers

66. Comme il a été indiqué plus haut, le client final et les maîtres d'œuvre ne jouent le plus souvent un rôle significatif que dans le choix des matériels "visibles" (prises, interrupteurs, cheminements en ambiance, etc.), pour lesquels, selon des documents internes¹⁷ de Legrand, leurs principaux critères de sélection sont "l'esthétique et la fonctionnalité".
67. Les composants pour tableaux généraux et tableaux divisionnaires sont généralement choisis et achetés directement par le tableautier. Les autres matériels concernés (composants pour tableaux terminaux, supports de câbles, etc.) sont choisis par l'installateur.
68. Il s'ensuit que les installateurs (et, dans une moindre mesure, les tableautiers) jouent un rôle prépondérant dans le choix des matériels électriques concernés. Comme l'indique

¹⁷ Document Legrand, " Synthèse PMT juillet 2000 ".

Legrand¹⁸, “la demande pour les produits de Legrand est principalement déterminée par la mesure à laquelle les électriciens et les maîtres d’œuvre requièrent les produits de Legrand auprès des grossistes”.

69. Attirer les faveurs de cette population constitue donc l’un des éléments cruciaux de la concurrence entre fabricants de matériels électriques. Cette nécessité est encore renforcée par le fait que les installateurs et les tableautiers de taille modérée sont en général fidèles à la marque qu’ils ont l’habitude d’utiliser.

A.4.3 Importance des grossistes

70. Ainsi qu’il a été indiqué plus haut, les installateurs et les tableautiers de petite ou moyenne taille s’approvisionnent auprès des grossistes installés à proximité du lieu de leur activité. Seuls les grands clients industriels ou les tableautiers de grande taille (présents dans les tableaux généraux) peuvent trouver intérêt à acheter leurs produits directement auprès des fabricants.
71. Il existe donc un clivage entre grands projets (ou projets mettant en cause de fortes puissances), pour lesquels les fabricants vendront directement leurs produits aux clients finals et aux grands tableautiers et installateurs, et les autres installations, dans lesquels les grossistes constitueront un intermédiaire obligé entre fabricants et installateurs (ou tableautiers). Ainsi qu’il a été expliqué plus haut, les grossistes n’interviennent pas dans les ventes de composants pour tableaux généraux, mais ils représentent entre 80% et 90% des débouchés pour les autres types de matériel électrique concernés.
72. Il s’ensuit que l’accès aux grossistes constitue un facteur de succès extrêmement important pour les fabricants de matériels électriques autres que les composants pour tableaux généraux. Il est donc important de noter que, selon les parties, tous les fabricants n’auront pas forcément accès aux mêmes grossistes. Ainsi, les fabricants les plus importants travaillent-ils plutôt avec les grands groupes internationaux (comme Rexel, Sonepar ou Hagemayer en France), tandis que les plus petits concurrents ont une présence plus régionale et travaillent davantage avec de plus petits grossistes.

A.4.4 Critères de choix

73. Il découle de ce qui précède que la position concurrentielle des différents fabricants sera en grande partie déterminée par (i) leur capacité à fidéliser les installateurs et les tableautiers et, partant, à satisfaire leurs attentes ; et (ii) leur accès aux grossistes, au moins pour les Etats membres dans lesquels ceux-ci sont suffisamment implantés.
74. Or, les rapports de certains analystes¹⁹, confirmés par des documents de Legrand²⁰, indiquent que les principaux critères de choix des installateurs sont (i) la qualité et la sécurité des matériels, (ii) la facilité de pose (qui réduit le temps d’installation de l’installateur et donc ses coûts), (iii) l’adéquation aux goûts et aux normes locales, et (iv)

¹⁸ Legrand, Form 20-F SEC.

¹⁹ Rapport Crédit Suisse First Boston sur Legrand (11 septembre 2000), rapport Williams de Broë sur Schneider (4 janvier 2000).

²⁰ Legrand, Form 20-F SEC.

la disponibilité des produits à long terme (qui permet l'échange standard de composants défectueux et évite les recherches de nouveaux fabricants pour chaque affaire).

75. Les résultats de l'enquête menée par la Commission confirment l'importance de ces facteurs. Ils montrent également que la qualité et la sécurité des produits semblent constituer des exigences essentielles, sans lesquelles un fabricant ne peut pas espérer vendre ses produits. Ils montrent enfin que la pondération des différents critères de choix peut varier entre installateurs et tableautiers. La disponibilité immédiate des produits sera ainsi déterminante pour les installateurs, qui ne tiennent pas de stocks, mais elle jouera un rôle moins déterminant pour les tableautiers. De la même manière, les tableautiers semblent accorder un rôle moins capital à la marque que les installateurs.
76. Les résultats de l'enquête de la Commission confirment également que le prix ne semble pas constituer le critère fondamental de choix pour les installateurs dans la plupart des Etats membres. Ceci s'expliquerait par le fait (i) que le matériel électrique ne représente qu'une part relativement modeste (en général, de l'ordre de 20%) du contrat confié aux installateurs, le reste provenant essentiellement de coûts de main d'œuvre ; (ii) que l'installateur (comme le maître d'œuvre ou le tableautier) aura généralement tendance à privilégier la sécurité et la qualité de l'installation (pour des questions de responsabilité, pour éviter de revenir sur le site, etc.) ; et (iii) qu'un écart de prix pourra être plus que compensé par d'autres facteurs, notamment le temps de pose (compte tenu de l'importance des coûts de main d'œuvre dans le montant total du contrat, un gain de 10% sur le temps de pose serait ainsi plus rentable pour l'installateur qu'une remise de 10% sur le prix des matériels).
77. Ces critères de choix expliquent d'ailleurs dans une large mesure la fidélité des installateurs et des tableautiers aux marques. Comme l'indique un fabricant²¹, "l'attitude des acteurs de la filière est très conservatrice. Certainement des raisons liées à la qualité, la sécurité et les problèmes de responsabilité civile sont de fortes motivations pour acheter auprès de marques connues". En outre, les installateurs et les tableautiers sont fortement incités à utiliser des produits d'une marque ou d'un nombre réduit de marques car cela leur assure une meilleure connaissance de ces produits et, finalement, des gains de temps substantiels dans leur installation et donc un gain de main d'oeuvre.
78. Les critères de choix des grossistes doivent évidemment suivre ceux de leurs clients, les installateurs et les tableautiers. Cependant, il s'y ajoute certains facteurs plus spécifiques aux grossistes. En particulier, les parties indiquent que les grossistes tendent à réduire le nombre de leurs fournisseurs et de marques qu'ils distribuent pour chaque catégorie de produits, pour des raisons de coût, de stockage, de fonctionnement informatique, de formation technique et commerciale des employés, etc. Ceci tend à favoriser les fabricants disposant des marques les plus implantées sur le marché, et les fabricants disposant d'un portefeuille de produits étendu.

A.5 Conclusion

79. Pour résumer ce qui précède, les matériels électriques basse tension sont utilisés dans trois types d'applications, les sites industriels, les bâtiments tertiaires et les bâtiments résidentiels. Pour les contrats industriels et les grands contrats de bâtiments, qui

²¹ Hager, réponse au questionnaire phase I.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

concernent de fortes puissances et impliquent donc la définition de tableaux généraux, les équipements sont généralement choisis par un maître d'œuvre ou un grand tableautier, et livrés directement auprès des fabricants. Pour les autres contrats, la majorité des équipements est directement choisie et achetée par un installateur ou un tableautier (via un grossiste local), le client final n'intervenant généralement que pour les produits "visibles", sur la base de considérations d'esthétique et, éventuellement, de fonctionnalité.

80. Si on excepte les tableaux généraux, la problématique principale des fabricants consiste donc, d'une part, à obtenir un référencement suffisant auprès des grossistes ; et, d'autre part, à convaincre les installateurs et les tableautiers de choisir leurs produits notamment en fonction de la réputation de leurs marques, de la largeur de leurs gammes et de leur disponibilité immédiate.
81. Les installateurs sont sensibles à la sécurité et à la fiabilité des produits, à leur disponibilité et à leur facilité de pose, ce qui les rend généralement fidèles à une marque donnée. Les grossistes suivent les désirs de leurs clients (les installateurs et tableautiers), et recherchent par ailleurs les fournisseurs disposant de gammes de produits les plus étendues possibles.
82. La concurrence entre fabricants se fait donc principalement au niveau des marques, par lesquelles les fabricants tentent de se différencier de leurs concurrents et de fidéliser les installateurs et les tableautiers. Les fabricants visent également à obtenir les gammes de produits les plus étendues possibles, ce qui est une nécessité dans le cas des tableaux de distribution électrique, et un avantage significatif dans les autres types de composants.
83. Ces caractéristiques, communes à l'ensemble des marchés de produits concernés par la transaction, créent des barrières à l'entrée (accès aux grossistes, constitution d'une marque et d'une gamme étendue) significatives, et les diversifications se font de plus souvent par croissance externe (acquisitions). De manière générale, les marchés tendent à devenir de plus en plus concentrés.

B. définition des marches pertinents

B.1 Les tableaux de distribution électrique

84. La présente section concerne l'analyse des effets de l'opération dans les tableaux de distribution électrique, c'est-à-dire des tableaux généraux basse tension, des tableaux divisionnaires et des tableaux terminaux. Schneider et Legrand sont tous deux présents sur les tableaux divisionnaires et les tableaux terminaux. Schneider est également présent dans les tableaux généraux.

B.1.1 Organisation des installations de distribution électrique

85. La distribution de l'électricité au sein d'un bâtiment (immeuble résidentiel, immeuble tertiaire, usine, etc.) est gérée par plusieurs niveaux successifs d'équipements, qui permettent d'acheminer l'électricité du point de raccordement au réseau électrique extérieur vers les différents appareils électriques utilisés dans le bâtiment.
86. Un système de distribution électrique basse tension s'articule ainsi autour de plusieurs niveaux de tableaux de distribution, formant une cascade allant du tableau général (ou d'un tableau divisionnaire dans les installations plus petites) jusqu'aux tableaux terminaux. En aval, on trouvera les équipements ultra terminaux, comme les prises ou les interrupteurs, qui sont reliés aux tableaux par le biais de câbles et de matériels de dérivation.
87. La distribution de l'énergie électrique, ainsi que la protection de l'installation électrique et/ou des personnes, est réalisée dans les tableaux de distribution électrique, qui correspondent donc aux principaux nœuds du réseau. Deux tableaux appartenant à deux niveaux consécutifs de l'installation sont reliés entre eux par des câbles électriques. Au fur et à mesure que l'on s'éloigne du point de raccordement au réseau externe, les intensités électriques qui circulent dans ces câbles et dans les tableaux électriques diminuent. Le tableau général correspond donc au point de l'installation où circulent les plus fortes intensités électriques. Les intensités circulant dans les tableaux divisionnaires, puis terminaux, et enfin dans les équipements ultra terminaux sont de moins en moins importantes. Le schéma en Annexe 1 présente l'organisation typique d'une installation de distribution électrique basse tension, et la position qu'y occupent les différents équipements décrits ci-dessus.

B.1.2 Choix des composants

88. Pour assurer leurs fonctions de protection, les tableaux électriques sont constitués de différents composants, intégrés dans une armoire (en tôle d'acier ou en plastique). Ces composants comprennent des disjoncteurs, des fusibles (pour la protection des installations), des différentiels (pour la protection des personnes) et divers autres éléments.
89. Le type, le nombre et le dimensionnement de ces composants dépendent essentiellement du niveau de distribution concerné et du type des équipements en aval. Ainsi, les tableaux généraux de distribution contiennent essentiellement des disjoncteurs forte intensité et des disjoncteurs "boîtiers moulés". Les tableaux divisionnaires de distribution contiennent principalement des boîtiers moulés et des disjoncteurs miniatures. Enfin, les tableaux de distribution terminale contiennent des disjoncteurs miniatures et des interrupteurs différentiels.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

90. En pratique, chaque tableau de distribution devra être spécifiquement conçu pour répondre aux besoins uniques de l'installation qu'il sera chargé de protéger (dictés par la géographie des lieux et leur usage). Son dimensionnement dépendra des caractéristiques de l'installation électrique en aval (puissance électrique, nombre de circuits gérés, etc.). De ce fait, chaque tableau constituera une solution unique, et la combinaison des composants qu'ils comprennent pourra varier substantiellement d'un contrat à un autre. Les données fournies par Schneider²² suggèrent ainsi qu'un composant de tableau terminal donné (même l'un des plus vendus) est généralement utilisé dans moins d'un tableau sur cinq.
91. Les tableaux généraux de distribution basse tension se situent en aval du point de raccordement au réseau électrique moyenne tension, généralement juste après un poste de transformation. Les tableaux généraux servent à contrôler la distribution de l'électricité principalement dans des grands bâtiments tertiaires (plus de 5 000 m²). Les tableaux divisionnaires servent à contrôler la distribution de l'électricité au niveau d'un étage d'un grand bâtiment tertiaire, et se situent donc, dans le système de distribution électrique, en aval d'un tableau général. Les tableaux de distribution terminale constituent le dernier niveau de protection et de gestion d'un système de distribution électrique. Ce type de tableau est généralement situé au niveau d'une habitation individuelle ou d'un petit ensemble de bureaux. Contrairement aux tableaux de plus grande capacité (tableaux généraux et tableaux divisionnaires), les tableaux de distribution terminale sont généralement installés dans des locaux accessibles à des non-professionnels et doivent donc répondre à des normes de protection plus exigeantes que les autres tableaux de distribution.
92. Les tableaux généraux de distribution basse tension sont essentiellement constitués de (i) disjoncteurs forte intensité, dont l'intensité nominale est comprise entre 630 et 6 300 Ampères ; (ii) de disjoncteurs boîtiers moulés, dont l'intensité nominale va de 400 à 1 600 Ampères ; (iii) de fusibles (400 à 1 600 Ampères), (iv) d'armoires et d'éléments d'armoires, et (v) de câblage.
93. Les tableaux divisionnaires de distribution basse tension sont essentiellement constitués de (i) disjoncteurs boîtiers moulés d'intensité nominale comprise entre 100 et 250 Ampères ; (ii) de disjoncteurs miniatures, dont l'intensité nominale monte jusqu'à 125 Ampères ; (iii) de fusibles ; (iv) d'armoires et d'éléments d'armoires, généralement métalliques ; et (v) de câblage.
94. Enfin, les tableaux terminaux sont essentiellement constitués (i) de disjoncteurs miniatures ; (ii) de protections différentielles ; (iii) de fusibles ; (iv) d'un coffret (généralement en plastique), analogue de l'armoire que l'on trouve pour les tableaux divisionnaires. Une de leurs particularités est de prévoir le mode de fixation au tableau électrique par encliquetage sur des rails DIN (et donc normalisés).
95. Le prix (hors pose et main d'œuvre) de ces différents tableaux se décompose de la façon suivante :

²² Schneider, réponse à la question 109.

Tableau 3

Nom	Tableaux Généraux	Tableaux Divisionnaires	Tableaux Terminaux
Disjoncteurs forte intensité	17,5%		
Disjoncteurs boîtiers moulés et fusibles	32,5%	18,4%	
Disjoncteurs miniatures et fusibles		40,5%	43%
Protection différentielle			29%
Armoire et éléments de tableau (ou coffrets)	24,4%	17,6%	21%
Câblage	18,6%	17,5%	
Divers	7%	6%	7%
TOTAL	100%	100%	100%

96. Ce tableau montre que tous les composants n'ont donc pas la même importance dans un tableau. En particulier, il apparaît que les disjoncteurs (et, le cas échéant les différentiels) jouent souvent un rôle clé dans le choix du fabricant, car ce sont ces composants qui assurent la quasi-totalité des performances et l'essentiel (entre 50% et 70%) de la valeur du tableau.
97. Les paragraphes qui suivent présentent le rôle et l'usage de chaque type de composant actif (disjoncteurs, protections différentielles, etc.), ainsi que les paramètres déterminant la sélection du type et des performances de chacun de ses composants, en vue de leur intégration dans un tableau de distribution électrique.

Deux types de protection, pour faire face à deux types de risques

98. Le type de produits (disjoncteurs, fusibles, différentiels, etc.) utilisé sera d'abord conditionné par le type de protection qui devra être assuré par le tableau. En pratique, on distinguera entre deux types de protection : d'une part, la protection des biens, des équipements, et de l'installation électrique elle-même (notamment contre des risques d'incendie et d'échauffement en cas de surintensité²³ électrique ou de court-circuit) ; et, d'autre part, la protection des individus (contre le risque d'électrocution, résultant d'une fuite de courant provoquée par un contact accidentel entre un conducteur sous tension et un utilisateur).

²³ La puissance électrique d'un équipement et d'une installation dépend de deux paramètres : l'intensité du courant électrique (qui caractérise le débit de charges électriques circulant dans le conducteur concerné), mesuré en Ampère (A) ; et la tension électrique (qui détermine la force assurant le déplacement des charges électriques et donc la création du courant électrique), mesurée en Volt (V).
Une surintensité correspond à la circulation d'un courant électrique plus importante que celle pour laquelle le circuit électrique en cause a été conçu (par exemple, si l'installation en aval requiert plus de puissance que ce qui avait été prévu). Il en résulte un échauffement des conducteurs électriques, qui peut mener à la rupture de l'installation voire à un incendie.
Un court-circuit correspond à une fuite de courant électrique au sein de l'installation. Cette fuite peut, par exemple, être provoquée par le contact accidentel entre une personne et un câble sous tension : dans ce cas, la personne établira une connexion électrique entre le câble (qu'elle touche) et le sol (sur lequel elle repose). La tension existant entre le câble et le sol va alors créer un courant électrique (de fuite), qui va circuler du câble sous tension au sol à travers la personne.

Protection du réseau : disjoncteurs ou fusibles

99. La protection contre les surintensités et les courts-circuits est assurée soit par des disjoncteurs, soit par des fusibles. Ces deux types de composants coupent le courant en cas de surintensité ou de court-circuit, et assurent donc la même fonction de protection. Cependant, ils ne fonctionnent pas de la même façon. Les disjoncteurs sont des dispositifs électromécaniques qui coupent le courant en déclenchant le basculement d'un interrupteur. Les fusibles coupent le courant par la rupture d'un conducteur provoquée par l'échauffement résultant de l'augmentation anormale de l'intensité électrique qui le traverse.
100. La technologie des disjoncteurs et des fusibles est donc différente. De plus, après que l'origine de la surintensité ou du court-circuit ait été éliminée, un fusible devra être remplacé (puisqu'il a fondu pour couper le courant), alors qu'un disjoncteur devra simplement être réarmé (c'est-à-dire que l'on fera basculer l'interrupteur du disjoncteur sur la position de fonctionnement normal).

Protection des personnes : différentiels ou disjoncteurs

101. Le risque d'électrocution peut résulter soit d'un contact direct de l'utilisateur avec un conducteur sous tension (conducteur de "phase"), soit d'un contact indirect. Le contact indirect intervient lorsque l'utilisateur touche une partie d'un appareil électrique qui s'est elle-même retrouvée accidentellement en contact avec un conducteur sous tension.
102. Dans le cas d'un contact direct entre une personne et un conducteur sous tension, un courant électrique risque de traverser son corps. La gravité du risque encouru dépend à la fois de l'intensité du courant qui traverse le corps, et de la durée pendant laquelle la personne est exposée à ce courant. Plus l'intensité est importante, et plus le temps de passage maximum du courant dans le corps doit être bref.
103. Pour protéger l'utilisateur contre ce risque d'électrocution, on utilise des dispositifs qui détectent la fuite de courant (qui correspond au courant qui passe à travers le corps de l'utilisateur en cas de contact accidentel direct avec un conducteur sous tension) et qui coupent l'alimentation électrique en un temps très bref (généralement moins de 0,1 seconde). De tels dispositifs sont appelés "protections différentielles". Le principe de ces dispositifs est de mesurer la différence entre l'intensité électrique entrant et l'intensité électrique sortant d'une installation. En situation normale, cette différence est nulle. En cas de contact accidentel d'une personne avec un conducteur sous tension, il apparaît une fuite de courant à travers le corps de la personne. Cette fuite, qui correspond à une différence entre le courant entrant et le courant sortant de l'installation, est alors détectée par l'équipement de protection différentielle qui coupe automatiquement l'alimentation électrique pour protéger la personne.
104. Dans une installation électrique basse tension, l'utilisation de protections différentielles à haute sensibilité est le principal moyen de protéger les personnes contre les conséquences d'un contact accidentel direct avec un conducteur sous tension, quel que soit le régime de neutre utilisé. La protection différentielle est donc un élément essentiel de sécurité des personnes. Elle n'est cependant pas obligatoire dans les mêmes conditions dans tous les Etats membres.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

105. Comme indiqué plus haut, le risque d'électrocution peut également résulter d'un contact accidentel indirect. C'est ce qui se produit lorsqu'un fil sous tension à l'intérieur d'un équipement entre accidentellement en contact avec une partie externe de l'équipement, que l'utilisateur peut normalement toucher sans danger. Lorsque l'utilisateur touche l'équipement électrique (par exemple un four), il peut alors être en contact avec la tension électrique transmise indirectement par l'équipement.
106. Dans ce second cas (contact accidentel indirect), la protection de l'utilisateur repose principalement sur la "mise à la terre", c'est-à-dire l'établissement d'une liaison électrique entre la terre et l'équipement électrique considéré, de certaines parties de l'installation électrique et/ou de certains équipements.
107. La façon dont cette mise à la terre est effectuée impose, soit l'usage de protections différentielles (comme dans le cas d'un contact direct), soit l'emploi de disjoncteurs. Le choix dépend du "régime de neutre", c'est-à-dire de la façon dont les masses électriques²⁴ et le conducteur du neutre²⁵ sont reliés à la terre.

L'importance des régimes de neutre

108. On distingue trois régimes de neutres, selon le mode de connexion des masses électriques et du conducteur du neutre à la terre. Ces régimes sont désignés par deux lettres, la première correspondant au mode de mise à la terre du conducteur du neutre, la seconde au mode de mise à la terre des masses électriques : "TT" (masses électriques et neutre directement connectés à la terre), "TN" (masses électriques connectées au neutre, lui-même connecté directement à la terre) et "IT" (neutre relié à la terre à travers une impédance, masses électriques directement connectées à la terre). Notons enfin qu'il existe deux variantes du régime TN: "TNC" (où un seul conducteur est à la fois conducteur du neutre et conducteur de protection) et "TNS" (où le conducteur du neutre est distinct du conducteur de protection).
109. En cas de fuite de courant (par défaut d'isolement ou mise en contact accidentelle avec un conducteur sous tension), le régime de neutre a une importance essentielle, car il détermine l'intensité du courant de fuite ("courant de défaut"), et donc la puissance du choc reçu par la personne. Ainsi, le régime TT conduit à des courants de défaut qui peuvent atteindre plusieurs Ampères ou dizaines d'Ampères. Le régime TN peut conduire à des courants de défaut de l'ordre de plusieurs centaines (voire milliers) d'Ampères, car dans ce régime, une fuite de courant provoque immédiatement un court-circuit entre une phase²⁶ et le conducteur du neutre. Enfin, en régime IT, le courant de défaut est faible (quelques dizaines de milliAmpères) car il est limité par l'impédance de la liaison neutre-terre.
110. Il en résulte des conséquences importantes sur la conception de l'installation de distribution électrique.

²⁴ C'est-à-dire la partie des équipements électriques avec laquelle l'utilisateur peut entrer en contact sans danger en situation normale.

²⁵ Conducteur qui normalement n'est pas sous tension. Le conducteur du neutre se distingue des conducteurs des "phases" qui sont sous tension. En courant monophasé, l'électricité circule normalement entre une phase et le neutre. En courant triphasé, l'électricité circule entre phases.

²⁶ C'est-à-dire un conducteur sous tension.

111. En régime TT, un défaut d'isolement ou une mise en contact accidentelle d'une phase avec une masse électrique conduit à une fuite de courant à travers la prise de terre de l'installation. La masse électrique (c'est-à-dire la partie externe d'un équipement électrique que l'utilisateur peut normalement toucher) se trouve alors sous tension. Pour protéger l'utilisateur du risque d'électrocution provoqué par un contact accidentel avec la masse (électrocution par contact indirect), il faut détecter la fuite de courant à travers la prise de terre et couper l'alimentation électrique très rapidement. C'est la fonction de la "protection différentielle" qui a été décrite plus haut. Le régime TT conduit donc impérativement à utiliser une protection différentielle pour protéger les personnes contre le risque d'électrocution par contact indirect. La sensibilité de la protection différentielle utilisée en régime TT pour protéger les personnes contre les contacts indirects varie généralement entre 30 mAmpères (haute sensibilité) et 300 ou 500 mAmpères (moyenne sensibilité).
112. En régime TN, un défaut d'isolement ou une mise en contact accidentelle d'une phase avec une masse électrique ne conduit pas véritablement à une "fuite de courant", mais à un court-circuit (entre phase et neutre). Un courant très important circule alors dans le conducteur du neutre. La protection de l'utilisateur contre le risque d'électrocution par contact indirect est dans ce cas principalement assurée par des disjoncteurs (et non des protections différentielles, sauf en régime TNS) à bas seuil de déclenchement (de façon à ce que le déclenchement intervienne rapidement). On peut aussi éventuellement utiliser des fusibles à la place des disjoncteurs.
113. Enfin, en régime IT, comme indiqué précédemment, le courant de fuite en cas de défaut d'isolement ou de mise en contact accidentelle d'une phase avec une masse électrique est faible, et ne nécessite donc pas la coupure de l'alimentation électrique. Le régime IT assure donc la continuité de l'alimentation électrique en cas de premier défaut. Il constitue le régime de neutre privilégié dans les applications (hôpitaux, aéroports, etc.) requérant une telle continuité de service. En revanche, il est important de pouvoir détecter ce premier défaut afin d'y remédier. En effet, si un second défaut survient, l'installation en régime IT devient équivalente à une installation en régime TN (ou TT, si les masses ne sont pas connectées entre elles) et il apparaît alors un courant de court-circuit (ou de fuite) important.
114. En pratique, le régime IT conduira à l'emploi de deux types d'appareils : d'une part, un "Contrôleur Permanent d'Isolement" (CPI) assurant la détection du faible courant de fuite provoqué par le premier défaut qui survient ; et, d'autre part, un disjoncteur ou un appareil différentiel assurant la protection contre le second défaut.

Performances des composants

115. Il convient ensuite de choisir le dimensionnement, c'est-à-dire les performances des composants. Il s'agira ainsi par exemple de déterminer la technologie de disjoncteur (disjoncteur à forte intensité, disjoncteur boîtier moulé ou disjoncteur miniature) la plus opportune, et, au sein de cette technologie, de choisir les caractéristiques les plus appropriées. Les disjoncteurs se caractérisent principalement par (i) leur intensité nominale (intensité au-delà de laquelle le disjoncteur se déclenchera et coupera le circuit concerné); (ii) leur pouvoir de coupure (intensité maximale pouvant être supportée sans dommage par le disjoncteur en cas de court-circuit); (iii) leur nombre de pôles (c'est-à-dire le nombre de conducteurs, de 1 à 4, coupés simultanément par le disjoncteur en cas de déclenchement); et (iv) leur courbe caractéristique de déclenchement (caractérisant le

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

temps de déclenchement en fonction de l'intensité). Toutes ces caractéristiques sont directement liées au régime de neutre, aux puissances transportées par l'installation, et aux autres équipements situés en amont ou en aval

116. Les données fournies par les parties suggèrent que ce choix est généralement imposé par l'installation. Plus précisément, il apparaît que la configuration du bâtiment ou de l'unité industrielle conditionnera généralement le schéma électrique qui devra être retenu par l'installateur, et que ce schéma déterminera à son tour les performances des composants intégrés dans les tableaux.
117. Comme l'indique par exemple Schneider, "l'accroissement du prix d'un disjoncteur 16 Ampères, généralement présent en aval de l'installation [...] et donc présent en grand nombre dans les tableaux terminaux, peut peser de façon significative dans le prix du tableau (et donc dans certains cas particuliers remettre en cause l'architecture de l'installation). Cependant, [...] c'est plus la topographie de l'installation et le besoin de sécurité d'exploitation qui déterminera le choix final de l'exploitant et donc de l'installateur."
118. Ainsi les parties indiquent-elles qu'il existe généralement un schéma électrique optimal pour un bâtiment, un appartement ou une unité industrielle donné. Par exemple, bien que l'on puisse théoriquement imaginer un grand nombre d'installations électriques différentes pour une habitation donnée (avec un disjoncteur différent pour chaque pièce, ou un disjoncteur pour deux pièces, etc.), l'installateur obéira principalement à un souci de sécurité et de qualité d'exploitation, qui le conduira à multiplier le nombre de protections (afin d'isoler chaque circuit en cas de défaut et d'obtenir ainsi le maintien de l'alimentation sur tous les circuits qui ne sont pas soumis à ce défaut). En pratique, la définition de ce schéma est souvent réalisée par des outils logiciels, tels que le système ECODIAL offert par Schneider, qui sont conçus pour guider le client vers une solution offrant une qualité de service optimisée, donc non nécessairement orientée vers le coût d'installation le plus faible. Les parties soulignent également que le choix d'une multiplication des protections peut également présenter un bon rapport économique, puisqu'il permettra de réduire la section (et donc le coût) des câbles électriques.
119. Ce schéma définit ensuite directement les caractéristiques de chaque circuit, et donc les performances attendues des différents composants.
120. Ces paramètres détermineront ensuite les composants les plus adaptés, c'est-à-dire ceux qui satisfont aux performances exigées sans les dépasser inutilement (pour des raisons de coût). Bien que l'on puisse théoriquement utiliser des composants à performances accrues, ce choix n'apporterait pas d'avantage pour l'utilisateur tout en ajoutant un surcoût significatif. Comme le signale ainsi Schneider "on peut théoriquement utiliser des disjoncteurs à pouvoir de coupure élevé utilisés en Segment 2 pour le Segment 4, selon l'adage 'qui peut le plus peut le moins'. Mais les coûts de ces appareils sont prohibitifs".
121. Les tableaux de distribution peuvent contenir les produits suivants :

Tableau 4

Nom	Tableaux Généraux	Tableaux Divisionnaires	Tableaux Terminaux
Disjoncteurs forte intensité	630-6 300 A		
Disjoncteurs boîtiers moulés	400-1 600 A	100-250 A	

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Disjoncteurs miniatures		63-125 A	6-40 A
Disjoncteurs différentiels			X
Interrupteurs différentiels			X
Fusibles	400-1 600 A	<250 A	6-40 A
Armoire et éléments de tableau (ou coffrets)	X	X	X

B.1.3 Définition des marchés de produits

122. Les parties ont des activités qui se chevauchent dans le domaine des tableaux de distribution électrique basse tension et des composants intégrés dans ces tableaux.

Définitions des marchés de produits proposées par les parties

123. Les parties proposent de distinguer trois marchés de produits parmi les systèmes servant à la protection des personnes et des équipements dans les installations électriques basse tension. Les parties proposent de définir ces marchés de produits en fonction du niveau de distribution électrique. Les parties distinguent ainsi un marché des tableaux généraux de distribution basse tension, un marché des tableaux divisionnaires basse tension et un marché des tableaux de distribution terminale.

Marchés de solutions

124. En premier lieu, Schneider estime que la concurrence entre fabricants ne se fait pas au niveau des composants des tableaux (qui sont vendus par les fabricants aux grossistes, et par les grossistes aux tableautiers et aux installateurs), mais au niveau des “solutions” de distribution électrique (c’est-à-dire des tableaux eux-mêmes) assemblées à partir de ces composants. Les solutions des différents fabricants seraient substituables entre elles, car elles rempliraient les mêmes fonctions et seraient soumises aux mêmes exigences techniques. En revanche, les composants offerts par différents fabricants ne seraient pas substituables entre eux, soit pour des raisons de compatibilité technique (pour les tableaux généraux et les tableaux divisionnaires), soit parce que les installateurs sont généralement fidèles à une marque et achètent donc tous les composants auprès d’un seul et même fabricant (pour les tableaux terminaux). Pour répondre à cette demande, les fabricants ont mis au point une offre de solutions, impliquant qu’ils soient en mesure d’offrir tous les composants de cette solution. Cette solution serait donc le produit de ce marché.

Trois marchés distincts

125. Schneider estime par ailleurs que chaque type de tableau (général, divisionnaire et terminal) constitue un marché distinct. Premièrement, les tableaux généraux se distingueraient par des performances techniques différentes de celles des tableaux divisionnaires et terminaux (intensités électriques notamment), et seraient constitués, pour partie au moins, de composants spécifiques à cette catégorie de tableaux (disjoncteurs forte intensité, également appelés “disjoncteurs ouverts”). A l’inverse, les tableaux généraux ne contiendraient pas de disjoncteurs miniatures, qui seraient largement présents dans les tableaux divisionnaires et terminaux.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

126. Et deuxièmement, les tableaux divisionnaires basse tension se distingueraient des tableaux de distribution terminale basse tension, dans la mesure où ces derniers sont calibrés pour des intensités électriques moindres (inférieures à 125 Ampères) et où ils contiennent des composants spécifiques (notamment des protections différentielles) qui ne sont pas utilisés dans les tableaux terminaux.

Analyse de la Commission

127. Les paragraphes qui suivent examinent selon quels paramètres la concurrence est exercée dans les marchés liés aux tableaux de distribution électrique. Il résulte de l'enquête de la Commission que de manière générale les tableaux de distribution électrique relèvent d'une seule marque. Cependant, ce constat doit être accompagné par la reconnaissance que les fabricants de matériels électriques vendent des composants aux grossistes et que la concurrence entre fabricants s'exerce donc sur la vente de composants. En conclusion, les marchés pertinents qu'il convient de prendre comme référence de l'analyse concurrentielle de la transaction notifiée sont des marchés de composants destinés à être intégrés dans des tableaux électriques.

Les tableaux sont le plus souvent mono-marque

128. L'enquête de la Commission démontre que le plus souvent les tableaux de distribution électrique (notamment lorsqu'ils sont installés) contiennent des composants d'une seule marque. Cet état de fait est dû à des contraintes de nature technique, principalement pour les tableaux divisionnaires, et des habitudes de nature commerciale, principalement pour les tableaux terminaux.

Contraintes techniques

129. La concurrence entre fabricants porte à la fois sur un composant considéré de façon isolée, mais aussi sur les performances des tableaux qui seront assemblés par la combinaison de ce composant avec d'autres composants. Par exemple, un disjoncteur boîtier moulé n'a que peu d'intérêt s'il n'est pas compatible avec les autres dispositifs de protection (autres disjoncteurs boîtiers moulés, disjoncteurs miniatures, fusibles, etc.) entrant dans la composition d'un tableau.
130. Or, les données fournies par les parties et les résultats de l'enquête montrent que, dans les tableaux généraux et les tableaux divisionnaires, il ne serait pas économiquement possible d'assurer la compatibilité entre certains composants de marques différentes. Par exemple, les parties indiquent que le panachage de composants de marques différentes au sein d'un seul tableau général obligerait les tableautiers à réaliser de nouveaux essais afin de vérifier le bon fonctionnement du tableau ainsi assemblé. Les coûts de ces essais supplémentaires s'élèveraient entre 10 000 et 25 000 € selon les garanties à apporter, ce qui les rend prohibitifs pour un tableau donné.
131. De même, dans les tableaux divisionnaires, les armoires et certains éléments d'armoires (platinas de fixation, etc.) vendus par un fabricant seraient dédiés spécifiquement aux composants du fabricant en question. Les fabricants ont en effet chacun mis au point des dispositifs d'assemblage spécifiques, destinés à faciliter l'assemblage du tableau.
132. Un tableau divisionnaire contient typiquement un disjoncteur boîtier moulé en tête de tableau, qui alimente et protège une série de plusieurs départs eux-mêmes protégés et

alimentés par une série de disjoncteurs miniatures. Pour assurer qu'un défaut sur un départ n'entraîne que la coupure du départ en question, et non pas celle de l'ensemble des départs reliés au tableau, il convient de s'assurer qu'un défaut intervenant sur ce départ sera coupé par le dispositif de protection propre à ce départ, plutôt que par le dispositif de protection en entrée de tableau. C'est ce que l'on appelle "sélectivité".

133. Or, il apparaît que, au moins pour ce qui concerne les tableaux divisionnaires, cette sélectivité est assurée par des dispositions constructives extrêmement fines (rapidité d'ouverture des contacts, quantité d'énergie que laisse passer le disjoncteur lors de la coupure, etc.), qui sont liées à la façon dont les produits sont conçus et fabriqués. Schneider estime ainsi que deux disjoncteurs identiques au regard des normes applicables peuvent néanmoins avoir des performances différentes au regard de la sélectivité, de telle sorte qu'il est impossible de garantir la fonction de sélectivité des différents fabricants entre eux.
134. La compatibilité et la sélectivité des composants sont cruciales pour le tableautier ou l'installateur, puisque ce sont elles qui permettent au tableautier de garantir la performance du tableau final, et donc la satisfaction du besoin de son client. La compatibilité et la sélectivité n'étant assurées qu'au sein d'une seule marque, les tableautiers vont donc s'interdire de panacher les composants de marques différentes, et ils vont s'approvisionner pour l'ensemble des matériels électriques nécessaires à un tableau auprès d'un seul et même fabricant. Comme l'indique un tableautier²⁷, "il n'y a pas de mixage des produits dans différentes marques. [...] Les règles d'installation imposent à utiliser la même marque."
135. Il s'ensuit que, dans les tableaux généraux et les tableaux divisionnaires, le choix de la marque d'un composant clé comme le disjoncteur boîtier moulé pour les tableaux divisionnaires, impose généralement l'usage de la même marque pour tous les autres composants de protection nécessaires au tableau concerné. Par exemple, une fois qu'un tableautier a défini la marque du disjoncteur boîtier moulé de son tableau, il a *de facto* restreint son choix pour les autres composants (armoire, disjoncteurs miniatures, etc.) de son tableau, car il ne peut plus retenir que les marques assurant la compatibilité avec le disjoncteur boîtier moulé choisi.
136. Toutefois, il apparaît que tous les éléments du tableau ne doivent pas forcément être approvisionnés auprès de la même marque, et qu'un certain panachage existe pour certains composants. Ceci semble particulièrement être le cas pour les composants n'assurant pas directement des fonctions de protection, comme les éléments d'armoires. En effet, les parts des ventes des parties peuvent varier considérablement sur un même territoire entre les différents composants destinés à être assemblés pour former un tableau divisionnaire. Ainsi, la part de marché de Schneider en France pour les disjoncteurs pour tableaux divisionnaires serait comprise entre [50-90]*%, mais elle ne dépasserait pas [30-40]*% pour les armoires. Les parties estiment que ces différences s'expliquent par la variété des solutions envisageables pour un même type de tableau électrique. Si tel était le cas, les chiffres précédents montreraient qu'en moyenne, les tableaux divisionnaires vendus par Schneider contiennent presque deux fois plus de disjoncteurs que les tableaux divisionnaires vendus par ses concurrents. Cela semble peu probable, eu égard notamment à la variété des clients de Schneider en France. Une

²⁷ Spie Trindel, réponse au questionnaire de phase I.

explication plus vraisemblable serait que, si le panachage est limité au niveau des disjoncteurs (pour des raisons de compatibilité et de sélectivité), il est plus fréquent pour les éléments d'armoire, qui ne sont pas soumis aux mêmes règles de sélectivité et de compatibilité que les disjoncteurs. Il en est de même pour les protections différentielles qui sont également fournies par des sociétés spécialisées. Ceci est par exemple le cas de Baco, une filiale de Legrand, qui commercialise sous sa propre marque des protections différentielles. Enfin, au niveau des tableaux terminaux, les parts de marché telles que présentées par les parties au niveau des catégories de composants varient fortement d'un composant à un autre.

Habitudes commerciales

137. Le panachage entre produits de marques différentes au sein d'un même tableau terminal apparaît techniquement possible et est parfois réalisé. Toutefois, comme le rappellent les parties, les tableaux terminaux sont essentiellement intégrés et choisis par les installateurs, qui "sont en général fidèles à une marque et achètent le kit complet chez un seul fabricant, en raison des facilités de montage du tableau, d'esthétique des produits, de fonctionnalisation des appareils et de confiance dans la qualité technique d'un fabricant"²⁸. Ainsi, bien qu'il n'existe pas d'obstacles techniques au panachage de composants pour tableaux terminaux, les installateurs achèteraient le plus souvent tous leurs composants auprès d'une seule et même marque.
138. Ces considérations montrent également que la présence d'une gamme complète de produits au sein d'une marque constitue un avantage concurrentiel significatif dans ce secteur. Comme l'indique un fabricant²⁹, "compte tenu de l'évolution du marché, qui vise à fournir des installations complètes et des systèmes intégrés, l'espace disponible aux petits producteurs, ou aux producteurs de composants isolés se restreint toujours davantage".
139. L'exigence de gammes complètes s'explique d'abord par le fait que les installateurs et les tableautiers s'adresseront en premier lieu aux marques leur apportant des assurances de sécurité et de compatibilité quelle que soit la configuration retenue, et donc quels que soient le choix et l'assemblage des différents composants d'un tableau. Compte tenu de la diversité des composants pouvant entrer dans un tableau général ou divisionnaire (Schneider compte ainsi plus de 3 000 références pour les tableaux divisionnaires), les marques doivent fournir l'ensemble de la gamme des matériels de protection intégrables dans ces tableaux.
140. L'importance de gammes étendues, et l'absence de panachage significatif entre produits de marques différentes, sont encore renforcées par d'autres caractéristiques du secteur. D'abord, comme l'indique General Electric (GE), "les tableautiers et les installateurs essaient normalement d'acheter tous leurs produits auprès d'un fournisseur ou marque unique. Ceci réduit leurs coûts de transaction, leur permet un meilleur accès à la formation et aux services de maintenance, et assure la compatibilité technique des différents composants." Ensuite, certains tableautiers et installateurs ont signalé la présence de remises de prix ou de séances de formation, liées à des achats groupés ou à

²⁸ P. 54 - Formulaire CO.

²⁹ Gewiss, réponse au questionnaire de première phase.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

des objectifs annuels de volumes d'achats pour les produits d'une même marque. Comme le montrent les résultats de l'enquête, il apparaît enfin que la présence d'un portefeuille étendu de produits constitue un avantage significatif dans l'accès aux grossistes.

141. Tous les grands concurrents des parties (comme ABB, Siemens ou Hager) disposent de gammes complètes de composants. Ceux des fabricants de taille moyenne qui ne produisent pas tous les composants doivent généralement compléter cette lacune en achetant le type de composant manquant auprès d'autres fabricants, et en l'intégrant ensuite à leur propre gamme. C'est par exemple le cas de Moeller (qui s'approvisionne en disjoncteurs forte intensité auprès de Schneider), de Gewiss (qui a développé ses tableaux divisionnaires autour de disjoncteurs boîtiers moulés fournis par ABB) et de Schneider (qui achète des interrupteurs fusibles auprès d'ABB et des fusibles auprès de Holec et de Harvey Bubble).

La concurrence entre fabricants et vis-à-vis de la demande s'exerce aussi au niveau des composants

142. La position des parties quant à une définition de marchés de produits pertinents selon la combinaison finale des composants en des "solutions" n'apparaît cependant pas résister à l'examen. En effet, ainsi que le développent les paragraphes qui suivent, cette position est infirmée par la réalité économique, et ainsi que le démontrent les documents des parties, des contraintes concurrentielles s'exercent également au niveau des composants.

La réalité économique montre que le marché fonctionne par la vente de composants

143. Dans sa décision du 30 mars 2001 conformément à l'article 6 paragraphe 1 point c du Règlement Concentrations ("la décision 6(1)c"), la Commission a indiqué qu'elle n'excluait pas la possibilité que chacune des différentes catégories de composants de tableaux de distribution électrique forme un marché de produits pertinent. Dans cette hypothèse, les marchés de produits devraient alors être définis à partir des catégories de composants plutôt qu'en termes de "solutions". La Commission, dans sa décision 6(1)c, avait en particulier noté que de nombreux tiers avaient indiqué que les composants électriques sont généralement vendus en tant que tels par les fabricants qui les livrent à leurs grossistes ou aux tableautiers sans les intégrer dans une solution complète (cette intégration étant laissée aux tableautiers et aux installateurs).
144. Dans la décision susdite, la Commission avait également noté que certains concurrents ne semblaient pas être à même de fabriquer eux-mêmes l'ensemble des composants destinés à être intégrés dans les "solutions" (tableaux de distribution électrique) qu'ils offrent, que les catalogues des parties ne semblent pas retenir la segmentation entre tableaux généraux, tableaux divisionnaires et tableaux terminaux que celles-ci proposent et, qu'au contraire, ces catalogues répartissent les composants par gamme ou par famille en fonction de leurs performances.
145. L'enquête détaillée de la Commission a confirmé que les grossistes, les installateurs et les tableautiers achètent, et les fabricants vendent, des composants. Il n'existe pas à proprement parler de vente de tableaux déjà intégrés. Le rôle des tableautiers et des installateurs est précisément de réaliser un tableau électrique qui corresponde aux caractéristiques techniques de l'installation à laquelle il est destiné. La conception d'un tableau, sa constitution, c'est-à-dire notamment sa composition en disjoncteurs (de forte

intensité, boîtiers moulés, ou miniatures), fusibles, et différentiels, et le choix de ces composants dépendent en premier lieu des caractéristiques techniques de cette installation.

146. Il ne saurait donc y avoir de “tableau standard”, puisque chaque tableau doit refléter les caractéristiques pratiquement uniques de l’installation dans lequel il doit s’intégrer. Comme l’indique Legrand³⁰, “la diversité des configurations observées est très grande et rend très difficile la définition d’un tableau type.” Le tableau n’est donc conçu et assemblé qu’au niveau du tableautier, de l’installateur et/ou du bureau d’étude en contact avec l’utilisateur final.
147. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties ne contestent pas la quasi-absence de tableaux type mais avancent qu’il existerait des solutions types. Ainsi, elles rappellent, d’une part, que la composition d’un tableau implique toujours l’assemblage des mêmes types de composants (disjoncteurs, protections différentielles, éléments d’armoire ou de coffret, etc.) ; et, d’autre part, que la clientèle éprouve le besoin d’obtenir des solutions type, comme l’illustre la mise au point de logiciels destinés à assister la demande à laquelle doivent répondre les fabricants, à savoir les installateurs.
148. La Commission ne conteste pas ces observations. Elle considère cependant qu’elles ne peuvent en aucun cas être interprétées comme prouvant l’existence de tableaux type. Le fait que tous les tableaux d’un type donné contiennent généralement le même type d’élément montre que tous ces tableaux remplissent la même fonction, mais évidemment pas qu’ils sont tous identiques. La spécificité de chaque tableau (et donc la quasi-absence de tableau type) est d’ailleurs confirmée par la présence de logiciels d’aide au dimensionnement des tableaux, qui visent à définir la composition permettant de répondre de façon optimale aux besoins de chaque client. La Commission maintient donc qu’à l’exception des quelques tableaux terminaux types, qui ne concernent que quelques configurations spécifiques et ne représentent qu’une très faible part des ventes, il n’existe pas de tableau type, ce que les parties dénomment solution type semblant plutôt s’apparenter à une cohérence de marque.
149. Ainsi, en général, le fabricant de matériel électrique ne conçoit ni ne vend de tableau, mais se contente de vendre (directement, ou indirectement à travers la distribution) à des entreprises tierces (tableautiers, installateurs) les composants dont elles ont besoin pour assembler l’installation électrique de leurs propres clients. Les catalogues des parties et de leurs concurrents sont d’ailleurs organisés par familles de composants, et non par types de tableaux. Ainsi, ces catalogues présentent des composants dont les caractéristiques techniques sont détaillées, sans qu’il soit nécessairement fait référence aux tableaux dans lesquels ces composants pourraient s’intégrer.
150. En outre, les parties ont indiqué que la vente d’équipements divisionnaires ou terminaux de distribution électrique basse tension se fait à plus de 80% à travers la distribution. Or, comme l’a précisé Schneider³¹, “[chaque grossiste] achète aux parties les lots de composants ou sous-ensembles nécessaires en vue de maintenir un stock permettant de répondre aux différentes configurations des systèmes que doivent réaliser ses propres clients”. Cette réponse confirme que les commandes des grossistes dans le domaine des

³⁰ Legrand, réponse à la question 65.

³¹ Réponses des parties aux questions 68 et 113 du questionnaire du 6 avril 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

tableaux divisionnaires et des tableaux terminaux de distribution électrique portent sur des composants, et non pas sur des solutions intégrées.

151. En réponse à des questions de la Commission³², Schneider a communiqué pour chaque Etat de l'EEE copie des principales commandes de tableaux divisionnaires et de tableaux terminaux de distribution électrique basse tension, ainsi que des factures correspondant à ces commandes. Il apparaît très clairement que les commandes passées par les clients de Schneider portent pratiquement toujours sur des composants, identifiés par leur référence précise, et non sur des solutions. Les rares exceptions concernent pratiquement toutes des ventes directes à des clients autres que grossistes ou tableautiers. Or, comme il a été indiqué ci-dessus, de telles ventes sont marginales (moins de 5% pour les tableaux divisionnaires, et moins de 10% pour les tableaux terminaux).
152. Il résulte clairement des éléments ci-dessus que les ventes des parties dans les domaines des tableaux divisionnaires et terminaux se font dans leur quasi-totalité sous forme de composants, et non de "solutions intégrées". Il en va de même pour leurs concurrents.

Des contraintes concurrentielles sont exercées au niveau des composants

153. Un examen des causes de l'homogénéité (contraintes techniques et habitudes commerciales) de marque des composants des tableaux démontre qu'un fabricant qui, tout en disposant de l'ensemble de la gamme des composants (condition nécessaire pour être présent sur le marché), détiendrait une position particulièrement forte sur un type de ces composants serait en mesure d'exercer un pouvoir de marché sur ce type de composants.
154. Dans le cadre des tableaux terminaux, il apparaît que la seule raison à l'origine de la présence de composants d'une même marque est la fidélité des installateurs vis-à-vis de la marque. Un examen des conditions de la concurrence montre pourtant que les parts de marché peuvent varier de façon importante d'un composant à un autre. Par exemple, les résultats de l'enquête montrent que, pour certains fabricants, les parts de marché peuvent varier du simple au double d'un composant à un autre. Ces différences semblent montrer que les conditions de concurrence ne sont pas homogènes d'un composant à un autre.
155. Dans le cadre des tableaux divisionnaires, les parties avancent des contraintes techniques (compatibilité et sélectivité) pour justifier d'une analyse uniquement sous couvert de "solutions". Elles rappellent également dans leur Mémoire en Réponse que le choix d'un tableau monomarque permet aux tableautiers de bénéficier de gains de temps appréciables (de 25% à 50%) pour le montage du tableau.
156. Cependant, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, le panachage semble exister, au moins pour ce qui concerne les éléments d'armoires. En outre, l'absence de panachage au niveau des disjoncteurs n'interdit pas la présence de conditions de concurrence distinctes entre les disjoncteurs boîtiers moulés, qui sont des composants "clés" dont le choix conditionnera celui des autres composants de protection, et ces autres éléments de protection. En effet, les fabricants auront naturellement tendance à faire porter l'essentiel de leurs efforts de R&D et de promotion sur ces composants clés plutôt que sur les autres composants. Ceci est d'ailleurs confirmé par les données fournies par les parties dans

³² Questions 70 et 112 - Questionnaire 6 avril 2001.

leur Mémoire en Réponse. Ces données montrent qu'en Italie (et pour la période 1998-2000), l'écart entre le prix le plus bas (correspondant aux promotions) et le prix le plus haut (absence de promotion) a pu atteindre [20-30]*% pour les disjoncteurs boîtier moulé, mais que cet écart n'a pas dépassé [10-20]*% pour les disjoncteurs miniatures. Ceci suggère que les promotions sont traditionnellement plus importantes pour les disjoncteurs " clé " que pour les autres disjoncteurs.

157. L'analyse au niveau des composants semble être d'autant plus pertinente que c'est généralement à ce niveau que se fonde la valeur d'une marque. C'est d'ailleurs à ce niveau que les parties analysent leur propre position sur les marchés des équipements de distribution électrique basse tension. Ainsi, les " Plans moyen terme (PMT) 2001-2005 " réalisés par Legrand pour la plupart des pays de l'EEE détaillent les parts de marché détenues par Legrand dans ces pays par catégories de composants (" disjoncteurs de puissance ", " disjoncteurs [pour tableaux] divisionnaires ", " interrupteurs différentiels ", " enveloppes "). En revanche, aucune analyse par " solutions " (c'est-à-dire par type de tableau de distribution électrique basse tension) n'apparaît dans ces documents.
158. On trouve également dans les documents internes des parties des analyses qui soulignent l'importance des composants en tant que tels. Ainsi Bticino, qui fait partie du groupe Legrand, indique-t-il³³ : "[...]*". De même, Legrand³⁴ développe des analyses spécifiques et distinctes pour les disjoncteurs divisionnaires d'une part, et pour les différentiels d'autre part. Quant à Schneider, il insiste dans son plan à 3 ans pour [...]* sur les effets positifs de l'arrivée d'une nouvelle gamme de [...]*, et sur l'utilisation ultérieure de ces composants pour permettre les ventes d'autres produits. [...]*, Schneider compte sur sa gamme de [...]* pour renforcer ses positions auprès des clients industriels, et à l'inverse, il impute à sa gamme de [...]* sa faible compétitivité pour les clients résidentiels.
159. La façon dont ces documents soulignent le rôle stratégique d'un composant (en l'espèce un [...]* illustre bien l'importance des composants dans les stratégies concurrentielles des différents fabricants. Le rôle des composants apparaît également dans les publicités des fabricants destinées aux installateurs et tableautiers. Ces publicités vantent en effet les performances des composants proposés, et non pas des solutions complètes qui peuvent être assemblées à partir de ces composants.
160. Finalement, il faut noter que [...]*.³⁵
161. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties contestent l'existence d'un pouvoir de marché au niveau des composants. Elles estiment notamment que le test du monopole hypothétique ne peut pas être appliqué à un type de composant donné, tous les fabricants offrant l'ensemble de la gamme. Le cas d'un monopole hypothétique sur un seul type de composant serait donc une hypothèse totalement étrangère à la réalité du marché.
162. La Commission ne peut pas rejoindre cette position. S'il est vrai que le cas d'un monopole hypothétique présent sur un seul type de composants ne correspond pas à la

³³ Bticino, Plan Moyen Terme [...]*.

³⁴ Legrand, Plans Moyen Terme.

³⁵ Schneider, La convergence tarifaire européenne.

réalité du marché, cela n'interdit pas pour autant la présence de conditions de concurrence (et donc d'un éventuel pouvoir de marché) différentes pour chaque type de composant. Ce n'est pas parce que tous les fabricants doivent offrir, et les installateurs acheter, l'ensemble des composants nécessaires à la réalisation d'un tableau, que la compétitivité des différents fabricants, les caractéristiques de la demande et donc l'établissement des prix sont forcément équivalents pour l'ensemble des composants. En d'autres termes, le fait que le test du monopole hypothétique ne puisse techniquement pas s'appliquer au niveau des composants (parce que tous les fabricants vendent l'ensemble des produits) montre qu'il ne peut probablement pas exister une situation de monopole au niveau d'un seul composant, indépendamment de tous les autres. Il n'empêche cependant pas, en soi, la présence d'un pouvoir de marché au niveau des composants.

163. Le simple fait (non contesté par les parties) qu'il existe des composants " clé " montre que certains composants sont plus importants que d'autres, et que les conditions de concurrence pour ces composants pourront être différentes de celles existant pour les autres composants. En outre, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, le panachage existe pour certains composants, notamment les éléments d'armoire ou de coffret.

164. Ceci est d'ailleurs amplement confirmé par les données fournies par Schneider, qui montrent des différences substantielles dans les marges bénéficiaires relatives aux différents types de composants.

Tableau marges

Produit	Tableaux Généraux		Tableaux Divisionnaires		Tableaux Terminaux	
	Marge brute	Marge nette	Marge brute	Marge nette	Marge brute	Marge nette
Disjoncteurs forte intensité	[40-60]*%	[20-40]*%				
Disjoncteurs boîtiers moulés	[40-60]*%	[10-30]*%	[50-70]*%	[20-40]*%		
Disjoncteurs miniatures et différentiels			[50-70]*%	[20-40]*%	[50-70]*%	[20-40]*%
Armoire et éléments de tableau (ou coffrets)	[20-40]*%	[0-20]*%	[50-70]*%	[20-40]*%	[20-40]*%	[0-20]*%

Source : Schneider, réponse au questionnaire du 6 avril 2001

Conclusion

165. Comme l'indique la Communication de la Commission sur la définition du marché en cause³⁶, " la définition d'un marché [...] doit permettre de déterminer s'il existe des concurrents réels, capables de peser sur le comportement des entreprises en cause ou de les empêcher d'agir indépendamment des pressions qu'exerce une concurrence effective. " L'objectif de la définition du marché pertinent est donc d'identifier les domaines dans lesquels un éventuel opérateur dominant pourrait exercer un pouvoir de marché, et d'offrir un cadre conceptuel permettant l'analyse des conditions d'offres et de demande dans ces domaines.

³⁶ Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, (97/C 372/03).

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

166. L'analyse qui précède montre que le pouvoir de marché des fabricants peut s'exercer à deux niveaux : au niveau des marques (et donc de la combinaison de l'ensemble des composants destinés à être intégrés dans un tableau) d'une part, et au niveau de chaque famille de composants individuellement d'autre part.
167. En effet, d'une part, le fréquent "monomarquisme" des clients impose aux fabricants de disposer d'une gamme complète de produits et de garantir les performances (techniques et économiques) des tableaux résultant de l'assemblage de ces produits. En outre, une fois qu'un composant (par exemple un disjoncteur) aura été choisi, le reste des composants du même tableau sera normalement approvisionné auprès de la même marque. C'est particulièrement le cas pour les autres disjoncteurs inclus dans les tableaux divisionnaires, à cause des considérations de compatibilité et de sélectivité décrites plus haut. Il existe donc un premier niveau de concurrence correspondant à l'ensemble des composants (ou tout au moins à l'ensemble des composants de protection).
168. Toutefois, il ressort également de ce qui précède (i) que le "monomarquisme" n'est pas absolu, tant pour ce qui concerne les tableaux terminaux que les tableaux divisionnaires ; (ii) que le panachage semble être plus intensif pour ce qui concerne les éléments d'armoires ou de coffret que pour ce qui concerne les éléments de protection ; (iii) que le choix de la marque est en pratique dicté par celui de certains composants "clés" ; et (iv) que les positions concurrentielles des différents fabricants peuvent varier très significativement d'un type de composant à un autre. Les conditions de concurrence ne seront donc pas homogènes pour chaque type de composant. Ceci est d'ailleurs largement confirmé par les données fournies par les parties dans leur Mémoire en Réponse. En effet, ces données montrent l'existence de promotions spécifiques à chaque type de composant (par exemple, une référence de disjoncteur miniature ou un type de coffret), ce qui suggère fortement l'existence de pressions concurrentielles différentes d'un composant à un autre. De plus, dans les tableaux divisionnaires, ces promotions semblent être significativement plus importantes pour les composants "clés" (les disjoncteurs boîtiers moulés) et les composants "panachables" (les éléments d'armoire) que pour les disjoncteurs miniatures.
169. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties contestent cette analyse, et estiment au contraire que l'appréciation concurrentielle ne doit porter qu'au niveau du tableau, c'est-à-dire de l'ensemble des composants entrant dans la composition d'un type de tableau donné. Les parties se fondent notamment (i) sur des considérations techniques (compatibilité, sélectivité, etc.) et économiques (temps de montage) restreignant le panachage de produits de marques différentes, (ii) sur le "monomarquisme" des installateurs et des tableautiers, et (iii) sur le fait que tous les fabricants offrent et doivent offrir l'ensemble des composants nécessaires à la réalisation d'un tableau. Les parties s'appuient également sur les résultats d'une étude qu'elles ont commissionné au cabinet NERA, et qui met en évidence, selon elles, une très forte corrélation des volumes de vente pour chaque type de composant. Les parties estiment que cette corrélation des volumes démontre l'existence d'un marché unique des composants.
170. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, la Commission ne conteste pas l'existence d'un premier niveau de concurrence pour l'ensemble des composants entrant dans la composition d'un tableau électrique donné, ni que cette concurrence impose la présence d'une gamme complète de produits dans l'offre des fabricants et l'assurance de performances techniques et économiques au niveau des tableaux résultant de

l'assemblage de ces composants. Elle estime cependant que la concurrence n'a pas lieu uniquement à ce niveau, mais aussi à celui de chaque type de composant.

171. La Commission considère également que les données fournies par le cabinet NERA confirment, plutôt qu'elles n'infirment, la pertinence d'une analyse au niveau des composants. En premier lieu, il apparaît que les fabricants réalisent un grand nombre d'opérations promotionnelles au niveau d'un type individuel de composant donné plutôt qu'au niveau de l'ensemble des composants nécessaires à la réalisation d'un tableau. En juin et juillet 2000 ; Schneider aurait ainsi offert des rabais de [0-20]*% sur certains [...]*, et des remises de [20-40]*% sur certains [...]*. De même, Legrand aurait également effectué des opérations promotionnelles spécifiques à certains types de [...]* pour tableaux terminaux et, à d'autres moments, des promotions relatives à certains [...]*. L'importance de ces promotions et leur ciblage sur un seul type de composant illustrent la présence d'une concurrence spécifique au niveau de chaque type de composant.
172. Deuxièmement, les données fournies par les parties suggèrent également que ces opérations promotionnelles ont un impact très substantiel sur les ventes des matériels concernés par la promotion, mais qu'elles n'ont que des effets modérés sur les volumes des autres composants appelés à être combinés le matériel concerné pour former des " solutions ". C'est ainsi que, quand Bticino a offert (en Italie) une remise de [0-20]*% sur certains [...]* en janvier 2000, les ventes de [...]* ont cru de [0-20]*% par rapport à décembre 1999, mais les ventes de [...]* n'ont progressé que de [0-20]*% par rapport au mois précédent. Cette différence est encore plus flagrante si on prend en compte la saisonnalité des ventes, puisque, alors, les ventes de [...]* auraient même baissé de [0-10]*% par rapport au mois précédent (les ventes de [...]* ayant, elles, progressé de [20-30]*%). Ceci suggère que les promotions sur les composants n'ont pas un effet homogène sur tous les composants nécessaires à la réalisation d'un tableau, ce qui confirme encore l'existence d'un second niveau de concurrence à l'échelle des composants.
173. Troisièmement, les données fournies par le cabinet NERA montrent qu'il n'existe aucune corrélation significative entre les variations des prix des différents composants. Les variations de prix reflétant les évolutions des conditions d'offre et de demande des produits concernés, cette absence de corrélation illustre encore la spécificité de chaque type de composant, et elle confirme que les prix de chaque type de composant sont fixés dans une large mesure sur des considérations propres à ce type de composant (plutôt qu'en résultat de changements concurrentiels au niveau des tableaux qu'ils composent).
174. Enfin, la Commission estime que la corrélation des volumes de vente des composants, telle qu'elle a été observée par le cabinet NERA ne remet pas en cause l'existence d'une concurrence spécifique au niveau des composants. Ce calcul de corrélation ne prend pas du tout en compte le caractère saisonnier de l'activité. Or, cette saisonnalité est parfois très prononcée, notamment au mois d'août, où les volumes de vente peuvent chuter de plus de 75% par rapport au mois de juillet. En n'isolant pas ce phénomène, les données fournies par le cabinet NERA surestiment donc significativement la corrélation réelle des volumes. Pour mesurer la corrélation réelle, la Commission a réalisé ses propres calculs sur la base des données fournies par les parties. Ces calculs montrent que, si on isole la saisonnalité des ventes, la corrélation diminue significativement pour atteindre des plages de valeur (de l'ordre de 0.7) ne permettant pas de conclusions précises.
175. En tout état de cause, il semble évident qu'il existera une certaine relation entre les ventes des différents types de composants, puisque les ventes finales concernent les

tableaux montés et puisque ces tableaux s'obtiennent par l'assemblage des composants en cause. Toutefois, la Commission considère que l'existence de cette relation ne permet pas de conclure que tous les composants relèvent d'un marché de produits unique. Appliqué à un autre domaine, le raisonnement développé par le cabinet NERA reviendrait à estimer que, puisqu'il existe (probablement) une relation entre les volumes des ventes des pneus et des moteurs pour automobiles (les ventes de ces deux équipements étant liées à celles des automobiles), pneus et moteurs font partie du même marché de produit. Cette conclusion semble assez absurde, compte tenu de l'absence totale de substituabilité entre les deux produits (tant du côté de la demande que de celui de l'offre) et de différences fondamentales quant à la structure de la concurrence sur ces deux secteurs (présence de constructeurs intégrés, niveau de concentration, etc.). C'est d'ailleurs pour cette raison que les études économétriques relatives à la définition des marchés de produits sont généralement basées sur des corrélations de prix plutôt que sur des corrélations de volumes³⁷. La Commission considère donc que cette relation ne remet pas en cause l'existence de conditions de concurrence spécifiques à chaque type de matériel, compte tenu notamment des faits et des considérations qui ont été développés plus haut. Le fait que, malgré la présence inéluctable d'une relation entre composants, les ventes de certains composants augmentent alors que d'autres diminuent, confirme encore cette analyse.

176. En tout état de cause, même en acceptant l'importance des marques et des gammes de composants dans le jeu concurrentiel, la force d'une marque repose principalement sur la compétitivité des différents composants. Un fournisseur monopolistique éventuel d'un composant pouvant tirer un pouvoir de marché de sa position à ce niveau, l'analyse concurrentielle doit être réalisée au niveau de chaque type de composant.
177. La Commission conclut donc que l'analyse des effets sur la concurrence de la concentration notifiée doit être menée à deux niveaux : d'une part, au niveau de l'ensemble des composants nécessaires à la réalisation d'un type de tableau donné (ce qui correspond au niveau retenu par les parties) ; et, d'autre part, au niveau des différents composants destinés à être intégrés respectivement dans les tableaux divisionnaires et terminaux.

Segmentation des produits

Distinction par type de fonction

178. La Commission constate que les différentes catégories de composants utilisées dans un tableau électrique ne sont pas substituables entre elles. Ainsi, à l'évidence, une armoire (c'est-à-dire une enveloppe, généralement métallique, formée d'un châssis sur lequel viennent se monter des panneaux extérieurs et une porte) ou un coffret ne peut en aucune manière être substituable avec un dispositif de protection (comme un disjoncteur ou un fusible).
179. Une distinction doit aussi clairement être établie, au sein des dispositifs de protection, entre les disjoncteurs et les fusibles (dont la fonction est de protéger l'installation électrique contre une surintensité ou un court-circuit), d'une part, et les protections

³⁷ Cf. par exemple, l'article fondateur "The extent of the market", par Stigler et Sherwin, *Journal of Law and Economics* vol. 28, 555-585, Octobre 1985.

différentielles (qui servent à la protection des personnes), d'autre part. Pour les mêmes raisons, les disjoncteurs différentiels, qui cumulent les fonctions d'un différentiel et celles d'un disjoncteur, ne semblent pas substituables avec les autres types de protection.

180. Cette segmentation existe aussi du côté de l'offre, puisque, selon les parties, chacun de ces types de composants est produit sur une chaîne de fabrication (et le plus souvent, dans une usine) distincte et spécifique. Ceci interdit la fabrication de toute autre famille d'appareil et la reconversion dans des conditions économiques acceptables.

Distinction entre disjoncteurs et fusibles

181. Les fusibles remplissent une fonction comparable à celle des disjoncteurs (protection contre les courts-circuits et les surcharges électriques). Toutefois, il s'agit de composants techniquement différents. Alors que les disjoncteurs contiennent un dispositif électromagnétique, les fusibles fonctionnent par rupture d'un conducteur électrique qui s'échauffe en cas de surcharge ou de court-circuit. En conséquence les fusibles doivent être remplacés après un court-circuit ou une surcharge, contrairement aux disjoncteurs, qui doivent simplement être réarmés tant que l'intensité du courant n'a pas atteint le niveau de coupure. De plus, un fusible doit être associé à un interrupteur de sectionnement, permettant de travailler hors tension lorsqu'on le remplace. Enfin, même si un fusible est moins cher (à l'installation) qu'un disjoncteur, il nécessite davantage de maintenance, notamment pour les remplacements, d'où des coûts totaux qui apparaissent plus élevés. Compte tenu de ces différences, et de la plus grande simplicité d'emploi des disjoncteurs, ces derniers sont plus fréquemment utilisés que les fusibles et ils tendent à se substituer aux fusibles dans le long terme.
182. Compte tenu des différences techniques qui existent entre fusibles et disjoncteurs, des conséquences qui en résultent pour la maintenance des tableaux électriques, et des différences de technologies de production entre ces deux catégories de composants, il serait possible de s'interroger sur la nécessité d'établir une distinction entre ces deux types de produits. Toutefois, cette question peut rester ouverte, dans la mesure où elle n'affectera pas l'analyse concurrentielle de l'opération.

Distinction entre familles de disjoncteurs

183. Au sein des disjoncteurs, il convient également d'établir une distinction entre disjoncteurs à forte intensité, disjoncteurs boîtiers moulés et disjoncteurs miniatures. En premier lieu, il apparaît que chacune de ces catégories de disjoncteurs assure une fonction distincte. Les disjoncteurs forte intensité sont des disjoncteurs montés en tête d'installation dans les tableaux généraux basse tension, tandis que les disjoncteurs boîtiers moulés sont principalement utilisés en départ de tableaux généraux ou en tête de tableaux divisionnaires, et que les disjoncteurs miniatures sont employés au départ de tableaux divisionnaires ou dans le cadre de tableaux terminaux.
184. Comme l'illustre le tableau 4 ci-dessus, ces spécificités d'emploi s'expliquent par les différences de performances entre catégories de disjoncteurs. Les données fournies par les parties indiquent également la présence de différences de prix significatives entre catégories. Le prix de cession interne au sein du groupe Schneider se situe ainsi entre

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

[1 000 et 5 000]* € pour les disjoncteurs forte intensité³⁸, entre [1 000 et 5 000]* € pour les disjoncteurs boîtiers moulés³⁹, et entre [0 et 50]* € pour les disjoncteurs miniatures⁴⁰.

185. Il convient enfin de signaler que tous ces produits font l'objet de lignes de production différentes, de telle sorte que le producteur d'un type de disjoncteur donné ne pourrait pas réorienter sa production vers d'autres produits et les commercialiser à court terme.

Distinction entre armoires et coffrets

186. Les données fournies par les parties indiquent qu'il y a lieu d'établir une distinction entre éléments d'armoires pour tableaux généraux, éléments d'armoires pour tableaux divisionnaires, et éléments de coffrets pour tableaux terminaux. Les armoires et coffrets sont des équipements en tôle ou en plastique servant à protéger les composants électriques intégrés dans les tableaux de distribution basse tension. Les armoires ou coffrets correspondent à "l'enveloppe" du tableau électrique, et sont complétés par des "éléments de tableau" (rails de fixation DIN, jeux de barres en cuivre, etc.) servant au montage et au support des composants électriques.

187. Selon les données fournies par les parties, il existe ainsi des différences importantes d'un niveau de distribution à un autre. D'une part, les coffrets terminaux (en matière plastique, équipés de rails DIN et largement standardisés) se distinguent nettement des armoires (en métal, pouvant comprendre des éléments spécifiques, etc.). Et d'autre part, les armoires utilisées pour les tableaux généraux de distribution se différencient des armoires pour tableaux généraux dans la mesure où, à l'inverse des armoires pour tableaux généraux, qui peuvent fréquemment comprendre des éléments spécifiques, réalisés par des tableautiers, les armoires utilisées pour les tableaux divisionnaires de distribution seraient davantage standardisées, le rôle des tableautiers se limitant généralement, pour ce type d'armoires, à l'assemblage de "kits" (gamme Prisma chez Schneider, gammes Altis ou MAS chez Legrand) livrés par les fabricants. En outre, les armoires pour tableaux généraux doivent répondre à des exigences techniques (tenues aux contraintes électromécaniques, aux intensités de court-circuit) élevées, auxquelles ne sont pas soumises les armoires pour tableaux divisionnaires.

188. Ces différences se retrouvent également au niveau de l'offre, puisque la standardisation des armoires divisionnaires et des coffrets terminaux a généralement conduit les fabricants à leur dédier des moyens spécifiques à forte capacité de production, alors que les armoires pour tableaux généraux sont fréquemment construites sur des moyens polyvalents à faible volume (pour être adaptées aux exigences particulières de chaque projet).

Disjoncteurs de branchement

189. En plus des composants décrits ci-dessus, il convient de signaler l'existence d'une autre catégorie de produits : les disjoncteurs de branchement. Ce sont des appareils requis par

³⁸ Annexe - réponse à la question 25 - questionnaire du 6 avril 2001.

³⁹ Annexes - réponses aux questions 25 et 64 - questionnaire du 6 avril 2001.

⁴⁰ Annexe - réponse à la question 64 - questionnaire du 6 avril 2001, et Note d'argumentation des parties du 13.03.2001 - " Définition du marché de produits sur les segments 1, 2 et 4 ".

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Electricité de France (EDF) en France ainsi que par le distributeur d'électricité au Portugal.

190. Les disjoncteurs de branchement se distinguent des autres composants par (i) une fonction différentielle, qui, en plus de la protection de l'utilisateur, vise à prémunir le distributeur contre le vol d'énergie; (ii) une fonction tarifaire (mesure de la consommation); et (iii) une fonction multi-calibrage qui permet au distributeur d'électricité d'ajuster le disjoncteur aux besoins du client.

191. Ces appareils sont vendus pour deux-tiers au distributeur d'électricité et pour un-tiers à des installateurs. Etant donné qu'il s'agit d'appareils répondant à une demande particulière du distributeur d'électricité, il n'existe pas actuellement de produits substituables. De plus, les disjoncteurs de branchement ne s'intègrent pas dans les tableaux de distribution électrique. Ces appareils forment donc un marché de produit pertinent distinct.

Conclusion

192. A la lumière de ce qui précède, les marchés de produit pertinents peuvent être définis soit au niveau de chacun des composants soit au niveau des catégories de tableau. Cette question peut être laissée ouverte puisque les effets sur la concurrence sont similaires quelle que soit la définition retenue. Ils peuvent être segmentés de la façon suivante :

Tableau 5

Niveau des ensembles	Niveau des composants
Tableaux généraux	Armoires pour tableaux généraux
	Disjoncteurs forte intensité
	Disjoncteurs boîtiers moulés et/ou fusibles pour tableaux généraux
Tableaux divisionnaires	Disjoncteurs boîtiers moulés et/ou fusibles pour tableaux divisionnaires
	Armoires pour tableaux divisionnaires
	Disjoncteurs miniatures et/ou fusibles pour tableaux divisionnaires
Tableaux terminaux	Disjoncteurs miniatures et/ou fusibles pour tableaux terminaux
	Protections différentielles
	Coffrets
Disjoncteurs de branchement	

B.1.4 Définition des marchés géographiques pour les tableaux de distribution

Définitions des marchés géographiques proposées par les parties

193. Les parties considèrent que les marchés des tableaux de distribution basse tension sont de dimension européenne.⁴¹ En particulier, les parties expliquent que les coûts de

⁴¹ Il faut noter que les parties appuient notamment leur argumentation sur la décision de la Commission du 3 juin 1999 dans l'affaire IV/M.1434 - Schneider / Lexel qui aurait consacré une telle définition européenne

transport sont faibles (moins de [...] % du coût de l'équipement), que la production est en général organisée sur la base d'un nombre limité d'unités de production en Europe, et que le cadre normatif serait harmonisé en Europe.

Analyse de la Commission

194. L'enquête approfondie menée par la Commission confirme l'existence de marchés nationaux pour ce qui concerne les matériels utilisés dans les tableaux divisionnaires ou les tableaux terminaux. Cette conclusion repose sur les quatre éléments suivants. Premièrement, il existe des différences significatives entre produits vendus dans les différents Etats membres, pour des raisons tenant notamment au cadre réglementaire ou normatif en usage dans ces Etats membres, et à la présence d'habitudes nationales. En second lieu, les prix restent déterminés au niveau national, et certaines références connaissent des différences de prix considérables (du simple au double) d'un Etat membre à un autre. Troisièmement, il apparaît que les éléments déterminants du jeu concurrentiel, tant du côté de l'offre (positionnement des marques, accès aux grossistes) que du côté de la demande (structure et attentes des clients) dépendent de facteurs essentiellement nationaux (comme la concentration, la taille et la portée géographique des grossistes, la perception des marques et des gammes par les installateurs et les tableautiers, etc.) et varient substantiellement d'un pays à l'autre. Enfin, il existe des barrières à l'entrée et à l'expansion significatives entre pays.

195. La dimension nationale des marchés ressort d'ailleurs clairement de l'organisation même des parties. Par exemple, les documents stratégiques sont effectués pays par pays. Il en est de même des présentations aux investisseurs effectuées par les parties. Comme le résume Legrand⁴², "Legrand fait face à des niveaux de concurrence différents, qui dépendent du marché et du type de produits vendus. Les principaux concurrents de Legrand comprennent ainsi Hager et Entrelec en France, Gewiss et Vimar en Italie, MK Electric au Royaume-Uni [...]*. Certaines sociétés multinationales comme General Electric, ABB, Siemens, Schneider et Matsushita entrent en concurrence avec Legrand dans plus d'un marché national. "

Les produits vendus par les fabricants varient d'un pays à l'autre

196. Il peut exister des différences significatives dans les produits vendus entre Etats membres. Les données fournies par Schneider, Legrand et divers autres fabricants montrent ainsi que la liste des 5 références de disjoncteurs miniatures les plus vendues varie de fonction significative d'un Etat membre à un autre, et qu'il est rare de trouver une référence faisant partie de cette liste dans plus de 3 Etats membres. Ainsi, lorsque Schneider fournit la liste des cinq références de disjoncteurs miniatures pour tableaux terminaux les plus vendues pour 15 pays de l'EEE, cette liste comprend 40 références. Sur ces 40 références, [...] * sont vendues en France, [...] * en Italie, [...] * en Espagne, [...] * au Portugal, etc. Par ailleurs, seules deux références sont vendues dans [...] * Etats (et aucune dans plus que [...] * Etats) et [...] * de ces références apparaissent dans moins de cinq pays. Des constatations similaires peuvent être tirées pour ce qui concerne les

des marchés géographiques. Il suffit de souligner que cette décision n'a pas conclu sur l'envergure exacte des marchés géographiques.

⁴² Legrand, Form 20-F SEC.

ventes de disjoncteurs miniatures pour tableaux divisionnaires et pour les ventes d'interrupteurs différentiels. On observe le même phénomène chez Legrand. Les listes de Schneider sont souvent totalement disjointes, comme c'est par exemple le cas entre la Grèce et l'Italie (pour les disjoncteurs miniatures pour tableaux divisionnaires), ou entre l'Espagne et la Belgique (pour les protections différentielles). En revanche, les disjoncteurs boîtiers moulés sont en général vendus dans la plupart des pays (à des prix variant de façon conséquente comme cela sera exposé par après).

197. Cette situation s'explique principalement par la présence de plusieurs niveaux de règles ou d'habitudes nationales, qui conduisent les installateurs et les tableautiers à utiliser des matériels différents d'un pays à l'autre.
198. En premier lieu, il convient de signaler l'existence de barrières normatives entre Etats membres. Ainsi, il existe des " règles d'installation " qui varient d'un Etat membre à un autre. Ces règles concernent notamment des aspects de sécurité (mise à la terre, coupure du neutre, protections différentielles de certains locaux à risque, etc.). Ces normes sont obligatoires, et leur non-respect par les installateurs électriciens est susceptible de sanctions pénales. L'application de ces normes conduit à des différences au niveau des composants utilisés dans les tableaux de distribution de l'électricité basse tension. Par exemple, les disjoncteurs vendus en Allemagne sont monopolaires (coupure de la phase seule) alors qu'ils doivent être bipolaires en France et en Italie (coupure phase + neutre). De même, un document émanant de la CEI⁴³ suggère que certains pays interdisent l'usage de protections différentielles ne coupant pas le neutre, et que certains Etats membres restreignent ou interdisent l'usage de différentiels AC.
199. En second lieu, il convient également de noter que tous les pays n'utilisent pas uniformément tous les régimes de neutre. Compte tenu des différences de fonctionnement entre régimes de neutre, le choix d'un régime sera souvent déterminé par l'application (continuité de service, présence d'une équipe de maintenance, risque d'incendie) et par la qualité des prises de terre (et donc la consistance des sols) concernées. Pour ce qui concerne les applications résidentielles, les pays germaniques auront ainsi tendance à favoriser le régime TN, alors que les Pays-Bas, le Danemark et l'Espagne favoriseront le régime TT, et que la Norvège a retenu le régime IT. Le régime de neutre peut d'ailleurs être imposé par le distributeur d'électricité. C'est notamment le cas en France, où Electricité de France exige que les installations domestiques soient en régime TT.
200. Ces décisions influenceront sur le choix des composants dans ces différents pays. Comme il a été indiqué plus haut, le choix du régime de neutre détermine le type du dispositif de protection des personnes. Le régime TT imposera ainsi l'usage de différentiels, alors que le régime TN favorisera l'usage de disjoncteurs et que le régime IT nécessitera le plus souvent la pose de contrôleurs permanents d'isolement. Mais le choix du régime de neutre aura également des implications sur les caractéristiques des disjoncteurs utilisés, notamment leur nombre de pôles et leur courbe de déclenchement : le régime TT favorise l'utilisation d'appareils bi et tétra polaires et à courbes C, alors que les régimes TN rendent prépondérants les dispositifs uni et tri polaires et à courbes B, et que dans le régime IT, on ne trouve que des appareils bi et tétra polaires.

⁴³ CEI 64/1167/CD fourni par les parties en complément à la réponse à la question 320 du questionnaire du 6 avril 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

201. Il convient également de signaler que l'harmonisation des normes techniques n'est pas totale pour les tableaux de distribution. En plus du marquage " CE " rendu obligatoire par les directives communautaires pertinentes (notamment la Directive basse tension), il est souvent nécessaire, pour vendre un produit dans un Etat membre donné, d'obtenir la marque de qualité nationale de ce dispositif issue de l'organisme national de certification du pays concerné..
202. Les résultats de l'enquête menée par la Commission montrent que, si cette marque de qualité n'est pas légalement obligatoire, elle est le plus souvent exigée par les installateurs et les tableautiers. Ce phénomène est d'ailleurs confirmé par le fait que, malgré le coût ([10 000 – 15 000]*€ pour 60 références) et la durée (3 mois) significatifs de chaque opération de certification nationale, presque tous les disjoncteurs et différentiels de Schneider portent plusieurs marques de qualité. Ceci ressort également des documents internes des parties : des documents internes de Legrand⁴⁴ expliquent ainsi qu'en Belgique " malgré la mise en place d'une normalisation européenne, la marque de qualité CEBEC reste incontournable vis-à-vis des installateurs." Ces documents relèvent également les principales barrières à l'entrée en Allemagne sont l'homologation du VDE (l'organisme de certification), et les standards et le label de qualité nationaux.
203. En plus de ces critères " objectifs ", il existe enfin des habitudes (d'installation, de choix et de sectionnement des circuits) au niveau de chaque Etat membre, qui jouent souvent un rôle important dans le choix des dispositifs. Par exemple, Schneider indique que, dans certains pays comme l'Allemagne, on raccorde souvent les disjoncteurs par le bas, alors que dans d'autres pays (France, Italie, Espagne), on alimente ces disjoncteurs par le haut. Cette différence est à l'origine de produits (dits Triconnect) spécifiquement conçus pour les installateurs allemands. De même, des documents internes de Legrand⁴⁵ indiquent qu'en Belgique, " le gros du marché est fait de disjoncteurs [miniatures] avec un pouvoir de coupure de 3 kA ", alors que dans la plupart des autres pays, le choix porte plutôt sur des disjoncteurs avec un pouvoir de coupure de 4,5 kA ou 6 kA. Enfin, il apparaît qu'en France, le neutre est systématiquement branché à gauche, et non pas à droite comme dans la plupart des autres Etats membres. Schneider propose d'ailleurs des produits spécifiquement adaptés à cette demande, en marquant la borne neutre à gauche de l'appareil.
204. La multiplication des paramètres qui peuvent donner lieu à des spécificités nationales explique pourquoi les références les plus vendues varient d'un Etat membre à un autre. Elle peut aussi conduire à l'existence de produits spécifiquement adaptés à certains Etats membres. Ainsi, des documents internes de Legrand⁴⁶ indiquent qu'en Autriche, " [...]*. ". De même, des documents internes⁴⁷ de Schneider montrent qu'en Allemagne : " [...]*. "

⁴⁴ Legrand et Bticino, Plans Moyen Terme.

⁴⁵ Bticino, Plan Moyen Terme.

⁴⁶ Legrand et Bticino, Plans Moyen Terme.

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

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

205. En conclusion, comme l'indique un concurrent⁴⁸, “ il existe des us et coutumes locaux, et des standards nationaux. Ils sont significatifs et ils ont un impact décisif sur les caractéristiques des produits eux-mêmes ”, et il est peu probable que l'harmonisation progressive des normes change rapidement les conditions de marché. Comme l'indique d'ailleurs Legrand⁴⁹ : “ l'harmonisation des matériels basse tension peut créer des ouvertures pour de nouveaux produits, bien que la direction de Legrand s'attende à ce que ces ouvertures de marché n'interviennent qu'à un rythme lent. ”
206. Dans leur Mémoire en réponse, les parties contestent les différences entre Etats membres. Elles soulignent notamment que, bien qu'il existe des différences minimales entre les références commerciales des produits vendus entre Etats membres (notamment dues à des marquages différents), la liste des 5 produits les plus vendus varie peu d'un Etat membre à un autre sur la base de compositions industrielles identiques, et il est commun de trouver une référence faisant partie de cette liste dans la plupart des Etats membres. Ainsi, les 40 références de disjoncteurs miniatures de Schneider ne correspondraient qu'à [0 - 20]* compositions industrielles, dont [0 - 20]* sont vendues dans plus de 9 Etats membres ; de même, les 25 références d'interrupteurs différentiels de Legrand ne formeraient en fait que [0 - 20]* compositions industrielles distinctes, dont [0 - 20]* sont vendues dans au moins 6 Etats membres.
207. Plus généralement, les parties estiment que les règles d'installation et les marques de qualité nationales n'imposent en-elles mêmes aucune modification particulière des produits, et elles rappellent également que tous les régimes de neutre sont généralement présents dans tous les pays (bien que dans des proportions très variables).
208. La Commission admet que, d'un strict point de vue industriel, il peut exister des différences relativement mineures entre plusieurs références. Par exemple, certains disjoncteurs miniatures ne se différencieront d'autres références que par l'identification du pôle de neutre (à gauche, conformément aux habitudes en usage sur le marché français), voire que par le port de marques de qualité distinctes. Elle accepte également que les règles d'installation ou les marques de qualité n'ont pas toujours des conséquences significatives sur la production des matériels concernés. Ainsi, les outils de production de Schneider et de Legrand sont intégrés au niveau européens.
209. Toutefois, la Commission estime que ces éléments n'affectent pas significativement l'analyse. En effet, les arguments soulevés par les parties ne portent que sur la production des matériels. Or, la production des matériels ne constitue qu'une partie de l'offre. Ainsi qu'il a déjà été indiqué plus haut, la position concurrentielle des fabricants ne dépend pas que de leur production, mais également de la force et de la perception de leurs marques, de leur disponibilité chez les principaux grossistes nationaux et de leurs investissements promotionnels et relationnels avec les installateurs et tableautiers domestiques. En se cantonnant à une approche de simple producteur, les parties négligent donc des éléments fondamentaux de l'offre.
210. D'autre part, et de façon plus importante, les parties ignorent les contraintes liées à la demande. Ainsi, elles ne remettent pas en cause l'élément essentiel de la présente section, à savoir que la présence de régimes de neutre, d'habitudes et de règles nationales

⁴⁸ Gewiss, réponse au questionnaire de phase I.

⁴⁹ Legrand, Form 20-F SEC.

d'installation, et de marques nationales de qualité, mènent à l'existence d'une demande spécifique dans chaque pays. Les parties admettent d'ailleurs volontiers, dans leur Mémoire en Réponse, que les spécificités nationales conduisent au choix de références différentes. Que cette spécificité se traduise ensuite par l'usage de produits dédiés (comme les gammes Triconnect en Allemagne), par le port d'une marque nationale de qualité, ou même encore plus simplement par le choix de références propres (disjoncteurs miniatures et divisionnaires monopolaires et tripolaires en Suède et Danemark, ou bipolaires et quadripolaires en France et en Italie), n'a pas en soi une importance fondamentale. Ce qui importe ici, c'est que les clients de chaque pays aient un comportement d'achat spécifique qui rendent très limitées les possibilités d'arbitrage de la demande face aux différences des prix pratiqués par les fabricants.

Les éléments déterminants du jeu concurrentiel sont définis sur une base nationale

211. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, la position concurrentielle des différents fabricants sera en grande partie déterminée par (i) leur capacité à fidéliser les installateurs et les tableauxiers à leur marque et, partant, à satisfaire leurs attentes ; et (ii) leur accès aux grossistes, au moins pour les Etats membres dans lesquels ceux-ci sont suffisamment implantés.

La force et la perception des marques varient d'un pays à l'autre

212. Les résultats de l'enquête montrent que, pour satisfaire les critères de choix des installateurs et des tableauxiers, les fabricants doivent offrir des produits sûrs et de bonne qualité, faciles à monter et toujours disponibles auprès des grossistes. Or, ces facteurs dépendent le plus souvent de perceptions nationales.

213. La perception des produits varie d'un Etat membre à un autre. En effet, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, il existe des différences significatives de normes et d'habitudes entre Etats membres. Ces différences conduisent, à des choix de matériels différents. De plus, ces choix correspondent également à des pondérations distinctes dans les critères d'évaluation. Par exemple, il apparaît que les produits Legrand sont généralement perçus comme des produits de bonne qualité, mais chers. Des documents internes⁵⁰ montrent que [...]*. Les installateurs peuvent également accorder une importance plus ou moins grande à l'innovation. Ainsi, si Legrand⁵¹ estime que ce facteur fonde sa position concurrentielle en [...]*, il semble de peu d'intérêt au [...]*, qui se traduit par [...]*. De la même manière, des documents internes⁵² montrent que [...]*.

214. La disponibilité des produits, qui joue un rôle significatif dans la décision des clients, dépend également de spécificités nationales (c'est-à-dire l'accès aux grossistes nationaux et la chaîne logistique nationale des fabricants). Selon des documents internes⁵³, [...]*, alors que la disponibilité de ses produits semble au contraire constituer l'une de ses

⁵⁰ Legrand et Bticino, Plans Moyen Terme.

⁵¹ Legrand et Bticino, Plans Moyen Terme.

⁵² Schneider, 3-Year Plan (2001-2002-2003).

⁵³ Legrand et Bticino, Plans Moyen Terme.

forces en [...]*. De même, Schneider⁵⁴ considère qu'en [...]*, "la logistique est un facteur clé de succès. [...]*"

215. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, les installateurs sont généralement fidèles à la marque qu'ils ont l'habitude d'utiliser (pour autant qu'elle soit immédiatement disponible et réponde au besoin en cause). Pour fidéliser leur clientèle, les fabricants consentent d'ailleurs des investissements promotionnels et relationnels importants, qui sont directement ciblés sur les besoins des installateurs et des tableautiers. Les parties indiquent ainsi qu'elles assurent une présence commerciale chez le client pour l'aider à choisir les produits, et qu'elles maintiennent des réseaux d'agences et de forces de vente dans chaque pays. Les parties proposent également toute une gamme de produits et de services renforçant leur proximité et leurs relations avec les installateurs. Il s'agit ainsi, pour les produits, de logiciels de chiffrage et de dimensionnement des installations électriques ou de guides techniques ; et, pour les services, de sessions de formation (pour Legrand), d'assistance téléphonique en ligne, de réponses aux questions techniques, etc. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, ces investissements peuvent représenter jusqu'à [0-30]*% du chiffre d'affaires des marques.
216. La perception d'une marque ne dépendra donc pas que du positionnement de ses produits, mais aussi de l'importance et de la pertinence des investissements relationnels et promotionnels réalisés au niveau de chaque pays. Or, les forces commerciales sont organisées sur une base nationale, et les efforts promotionnels sont généralement définis au niveau de chaque pays, et leur volume (et même la proportion des ventes qu'elles représentent) peut significativement varier d'un Etat membre à l'autre. Le volume des actions commerciales entreprises par Schneider sur les tableaux divisionnaires varie ainsi dans un rapport de [0-20]* entre Etats membres, et la proportion du chiffre d'affaires représentée par ces actions fluctue dans un rapport de [0-40]*.
217. Les positions concurrentielles des fabricants resteront donc aussi largement marquées par le poids du passé. La structure et la concentration de l'offre, et les positions respectives des différents fabricants, pourront donc varier d'un Etat membre à l'autre. Ce phénomène ressort clairement de la présence de marques nationales (comme Vinckier⁵⁵ en Belgique ou Baco⁵⁶ en France), et des fortes variations nationales des parts de marché des fabricants. Dans les tableaux divisionnaires, Schneider est ainsi particulièrement bien implanté en France mais reste faible en Allemagne et en Autriche ; ABB, qui bénéficie de fortes positions en Suède et en Norvège, reste quasiment absent en Belgique et au Royaume-Uni ; et Siemens, qui détient des parts de marché significatives en Allemagne, représente une part marginale des ventes en France. Cette analyse est également amplement confirmée par les documents internes des parties.

La structure et les attentes de la demande varient d'un pays à l'autre

218. Les différentes perceptions et positions des marques entre pays s'expliquent également par la présence de variations nationales substantielles au niveau de la demande. Les

⁵⁴ Schneider, 3-Year Plan (2001-2002-2003).

⁵⁵ Appartenant à GE.

⁵⁶ Appartenant à Legrand.

documents internes⁵⁷ des parties montrent ainsi l'existence de fortes différences entre pays pour ce qui concerne la formation et le comportement des installateurs et des tableautiers. Les installateurs belges semblent ainsi relativement réticents à employer des composants à plus forte valeur ajoutée, alors que les installateurs allemands deviennent "fortement techniques" et que les installateurs italiens semblent rechercher des services de formation et de soutien pour s'adapter à la technicité croissante de leur métier.

219. Par ailleurs, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, la demande finale émane de trois types d'applications (les sites industriels, les bâtiments tertiaires, et les bâtiments résidentiels), et le positionnement des différents fabricants peut varier d'une catégorie de client à une autre. Or, ces trois secteurs aval connaissent une évolution distincte dans chaque pays. Les documents internes⁵⁸ des parties indiquent ainsi que l'Autriche devrait bénéficier d'une forte croissance de la demande industrielle mais voir une stagnation des nouvelles constructions, alors que le Royaume-Uni et du Portugal connaissent la situation opposée, et que la demande en Grèce devrait être portée par la croissance du secteur tertiaire.

220. Il s'avère également que le comportement et les attentes des grossistes peuvent significativement varier entre Etats membres. Ainsi, l'enquête établit clairement que le niveau de concentration des grossistes fluctue de manière très appréciable d'un pays à un autre, et que les achats des grossistes sont organisés sur une base nationale. Ceci est illustré par le tableau 6 ci-dessous qui reproduit les niveaux de concentration par Etat tels qu'estimés par les parties pour les ventes de tableaux généraux, divisionnaires et terminaux.

Tableau 6 : Estimation faite par Schneider des parts de marché des cinq groupes de grossistes internationaux sur les marchés des tableaux de distribution électrique

	Rexel	Sonepar	Hagemeyer	Solar	Edmundson
Allemagne	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	-
Autriche	[30-40]*	-	-	-	-
Belgique	[10-20]*	[10-20]*	-	-	-
Danemark	-	[0-10]*	-	[0-10]*	-
Espagne	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-	-
Finlande	-	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-
France	[40-50]*	[30-40]*	-	-	-
Irlande	[0-10]*	-	[0-10]*	-	[0-10]*
Italie	[0-10]*	[0-10]*	-	-	-
Norvège	-	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Pays Bas	[0-10]*	[30-40]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Portugal	[30-40]*	[0-10]*	-	-	-
Suède	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	-
UK	[0-10]*	-	[20-30]*	-	[10-20]*

Source : message électronique des parties du 16 juillet 2001.

⁵⁷ Legrand, Plans Moyen Terme.

⁵⁸ Legrand, Plans Moyens Terme.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

221. Les documents internes des parties montrent également que l'organisation des grossistes peut avoir de fortes conséquences sur le mode de concurrence entre fabricants. Il semble ainsi que, dans les pays où les grossistes sont les plus atomisés, comme le Portugal ou l'Espagne, la concurrence entre grossistes conduite à une guerre des prix qui se reporte au niveau des fabricants. Comme l'indique un document interne⁵⁹ de Legrand, “ [...]* ”
222. En outre, l'enquête de la Commission a révélée que les grossistes sont organisés sur une base nationale, voire infra-nationale. Même les grands groupes internationaux, tels que Rexel, Sonepar et Hagemeyer, ont une organisation très largement décentralisée qui accorde une large autonomie à leurs filiales nationales et locales. Le plus souvent, la holding centrale du groupe est une structure légère qui centralise uniquement les fonctions de marketing, de comptabilité et de consolidation des comptes au niveau du groupe et de contrôle de gestion. Cette structure décentralisée est accompagnée par une organisation logistique qui est nationale et qui n'est pas dessinée pour fonctionner de façon transfrontalière. Les enseignes d'un pays donné sont donc approvisionnées par des circuits nationaux de logistique. L'organisation avant tout nationale des grossistes est aussi reflétée dans la nature de leurs relations avec les fabricants. En effet, même les groupes de dimension internationale organisent sur une base nationale, voire locale leurs contrats d'achats vis-à-vis des fabricants.
223. L'enquête de la Commission a en effet établi que les négociations commerciales entre fabricants et grossistes, notamment en ce qui concernent le choix des fournisseurs, la détermination des gammes de produits qui seront achetées et vendues ainsi que la fixation du niveau des prix et des rabais, ont presque entièrement lieu au niveau national ou régional. Comme l'indique un grand grossiste⁶⁰ “ à [notre] connaissance, il n'existe aucune liste de prix au niveau de l'EEE à partir de laquelle seraient négociés les remises et rabais. Tous les termes sont au contraire discutés au niveau de chaque pays. ” Un fabricant⁶¹ confirme également que “ pour tous les produits en cause, les tarifs sont adoptés et les rabais sont accordés sur une base nationale. ” Ce fonctionnement est également celui des parties.
224. Selon Schneider, la détermination des prix de ventes de ses produits auprès des grossistes intervient à un double niveau. Tout d'abord, les fabricants émettent un tarif national. Ensuite, les fabricants négocient avec chaque grossiste une politique de rabais individuelle et calculée sur la base du tarif national. Ces rabais peuvent parfois dépasser [30-60]*% du prix de catalogue et sont accordés par ligne de produits.
225. Il faut néanmoins signaler l'existence de rabais sur l'ensemble du volume d'achat que certains fabricants internationaux négocient avec les sociétés mères de certains groupes de grossistes internationaux. Cependant, aussi bien les grossistes que les fabricants ont indiqué à la Commission qu'un fabricant qui souhaite entrer sur un marché national ou y développer une présence marginale ne peut se contenter de négocier des accords avec la société mère d'un groupe international de grossistes pour que ces produits soient effectivement mieux distribués dans cet Etat. Il devra également, et surtout, convaincre la filiale nationale et les filiales locales de ce groupe de stocker ses produits.

⁵⁹ Legrand, Plans Moyens Terme.

⁶⁰ Hagemeyer, réponse au questionnaire phase II.

⁶¹ GE, complément à la réponse du questionnaire phase II.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

226. A cette seule exception près, les directions des groupes de grossistes laissent à leurs filiales nationales ou locales une très large liberté dans le choix de leurs fournisseurs, des gammes de produits qu'elles stockent, dans la mise en œuvre d'actions commerciales spécifiques en collaboration avec tel ou tel fabricant et même en ce qui concerne la négociation de rabais supplémentaires avec les fabricants. Inversement, les fabricants signent des accords spécifiques avec les filiales locales voire avec les magasins des grossistes qui détermineront des engagements réciproques relatifs à la vente et à l'achat de produits. Contrairement à ce que soutiennent les parties, la concentration accrue des grossistes (qui varie d'ailleurs significativement d'un Etat membre à un autre) ne remet donc pas en cause le fonctionnement national des marchés.

Les prix sont déterminés au niveau national, et ils varient fortement entre pays

227. L'enquête de la Commission montre qu'il existe des différences considérables de prix entre Etats membres. L'observation des tarifs européens de Schneider révèle par exemple que le même disjoncteur boîtier moulé est vendu [40-80]* € en [...]*, et à [130-170]* € en [...]*, et qu'une référence de protection différentielle est offerte à [10-50]* € au [...]*, et à [40-80]* € au [...]*. Le même exercice montre également que, pour ce qui concerne Legrand, le même coffret modulaire est vendu [0-40]* € en [...]*, et [10-50]* € au [...]*, et le même disjoncteur miniature est offert à [0-40]* € en [...]*, et à [0-40]* € en [...]*. Ces différences sont également confirmées par des documents internes des parties⁶², qui relèvent ainsi que, pour ce qui concerne les disjoncteurs miniatures en France, " les prix moyens restent très élevés par rapport aux autres pays. "

228. Les tableaux 7 et 8 ci-dessous donnent les prix moyens pour respectivement les disjoncteurs boîtier moulé pour tableaux divisionnaires et interrupteurs différentiels pour tableaux terminaux. Ces tableaux démontrent des variations substantielles de prix. Une comparaison des prix pour les autres composants de tableaux divisionnaires ou terminaux et des prix donnés par les autres fabricants donne des résultats similaires.

⁶² Legrand, Plans Moyen Terme.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Tableau 7 : Prix, tels que facturés par Schneider, relatifs (base 100 en France) des disjoncteurs boîtiers moulés pour tableaux divisionnaires

Disjoncteurs Boîtiers Moulés	All.	Aut.	Bel.	Dan.	Esp.	Finl.	Fra.	Grèce	Irl.	Italie	NL	Nor.	Port.	Suède	R U
[...]*	***	**	**	**	**	**	100	**		**	**	**	**	**	**
[...]*	*****	***	***	***	**	**	100	**	**	****	**	***	***	***	****
[...]*	****	**	***	**	***	**	100	**	**	***	***	***	***	**	**
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	*****		**	**	*	**	**
[...]*	*****	***	***	***	***		100	**		**	***	**	***	**	***
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	**	***	***	**	**	**	***
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**		**	**	**	**	**
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**	****	***	**	****	**	**
[...]*	****	***	***	**	***		100	**		**	***		***		

Source : message électronique des parties du 24 juin 2001.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

Tableau 8 : Prix, tels que facturés par Schneider, relatifs (base 100 en France) des interrupteurs différentiels pour tableaux terminaux

R C D	All.	Aut.	Bel.	Dan.	Esp.	Finl.	Fra.	Grèce	Irl.	Italie	NL	Norv.	Port.	Suède	R U
-------	------	------	------	------	------	-------	------	-------	------	--------	----	-------	-------	-------	-----

[...]*	**						100			*			**		
[...]*	-	*		**		*	100	***	*		**	***	***	**	***
[...]*	-	**		**	**	*	100	**	***	**	***		**	**	
[...]*	-	**			***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-				***	***	100	**		**	***	***	**	**	
[...]*	-	*		*	***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-	**		**		**	100	**		**	***	***	**	***	
[...]*	-						100								
[...]*	-	***	***		***		100						***		****
[...]*	***	**	***		***		100						***		

Source : message électronique des parties du 24 juin 2001.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

229. L'existence et la persistance de ces écarts de prix entre chacun des composants destinés à être intégrés dans respectivement les tableaux divisionnaires et les tableaux terminaux illustre la difficulté qui doit exister pour la demande d'effectuer des arbitrages entre les Etats membres. La difficulté apparente des arbitrages entre les prix des Etats membres peut expliquée notamment par la faible sensibilité aux prix de la demande finale, reflétée par la fidélité à la marque. Elle vient contredire également l'approche proposée par les parties en termes de solutions, puisqu'il ne semble pas non plus exister d'arbitrages entre solutions entre Etats membres. Cette difficulté d'arbitrage est aussi confirmée par les grossistes qui expliquent que leur organisation logistique nationale n'est pas propice pour réaliser des arbitrages de prix. De plus, la nécessité de toujours être capables de livrer les installateurs et les tableautiers dans un délai très court limite leur recours à des arbitrages par nature aléatoires en termes de sources de produits.

230. Les parties insistent néanmoins sur l'existence d'une tendance vers des prix pan-européens homogènes. Ainsi, dans un document interne⁶³, Schneider indique que “ l’arrivée de l’euro en 2002 [...] entraîne [Schneider] à harmoniser les tarifs européens et éviter des écarts entre les pays ”, et que “ [les grands clients] n’acceptent plus d’être traités différemment selon les pays ”. [...]*

231. [...]*

232. Ce document, qui est cité par Schneider comme démontrant l’existence de marchés géographiques communautaire, corrobore donc l’importance des écarts de prix observés actuellement. Il indique également que, malgré l’arrivée de l’Euro, des écarts importants pourront continuer à exister d’un Etat membre à un autre jusqu’à [2004-2005]* pour le moins. Il confirme enfin que les prix sont fixés à un niveau national, puisque, dans ce

⁶³ Schneider, La convergence tarifaire européenne.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

document, ce sont “ les pays ” qui “ positionnent leurs prix par rapport au [tarif de référence]* ” et “ adaptent leur positionnement tarifaires et leurs structures de remise. ”

233. Les parties estiment que l'analyse des prix par composants n'est pas pertinente pour le client, puisque le marché se déterminerait en fonction de la performance technico-économique de la solution. Les parties signalent également que des analyses de prix de type “ solution complète ” montrent l'existence d'une convergence, tout au moins dès lors que l'on exclut les marchés nationaux les moins importants correspondant aux limites externes de l'Union Européenne et/ou entrés récemment au sein de celle-ci.

234. Les arguments des parties sont infirmés par leurs propres données concernant les prix des solutions moyennes ainsi que l'illustrent les tableaux 9 et 10 ci-dessous. Ces tableaux démontrent en effet des variations substantielles de prix entre les Etats qui ne semblent pas s'amenuiser avec les années. Il faut noter que les variations de prix qu'illustrent ces tableaux sont moindres que celles données pour ce qui concerne les composants. Cela est sans doute dû aux traitements comptables que les parties ont apporté aux données de départ : les prix de composants.

Tableau 9 : Ventes (prix relatifs) en francs courants d'une “ solution moyenne ” pour les tableaux divisionnaires

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Allemagne	**	**	**	**	**	**	**
Autriche	**	**	**	**	**	**	**
Belgique	**	***	***	***	***	***	***
Danemark	**	**	**	**	**	**	**
Espagne	**	**	**	**	**	**	**
Finlande	**	**	**	**	**	**	**
France	**	**	***	***	**	**	**
Irlande	**	**	**	**	**	**	**
Italie	**	**	**	**	**	**	**
Norvège	**	**	**	**	**	**	**
Pays Bas	***	**	**	**	**	**	**
Portugal	**	**	**	***	***	***	**
Suède	**	**	**	**	**	**	**
UK	**	**	**	**	**	**	***

Source : réponse des parties au questionnaire de la Commission du 28 février 2001.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

Tableau 10 : Ventes (prix relatifs) en francs courants d'une "solution moyenne" pour les tableaux terminaux

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Allemagne	***	***	**	**	**	**	**
Autriche	**	**	**	**	**	**	**
Belgique	**	**	**	**	**	**	**
Danemark	**	**	**	**	**	**	**
Espagne	**	**	**	**	**	**	**
Finlande	**	**	**	**	**	**	**
France	***	***	***	***	***	**	**
Irlande	**	**	**	**	**	**	**
Italie	**	**	**	**	**	**	**
Norvège	**	**	**	**	**	**	**
Pays Bas	***	**	**	**	**	***	***
Portugal	**	**	**	**	**	**	**
Suède	**	**	**	**	**	**	**
UK	**	**	**	**	**	**	***

Source : réponse des parties au questionnaire de la Commission du 28 février 2001.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

235. Ainsi, la Commission ne peut souscrire à l'analyse exposée par les parties selon laquelle un examen des prix de solutions démontrerait l'existence d'un marché européen. En premier lieu, elle relève que les parties ne nient pas l'existence d'écarts de prix importants, et admettent que, si convergence il y a, celle-ci ne concerne pas tous les Etats membres. En second lieu, la Commission estime qu'une éventuelle convergence des prix (qui ne correspond pas aux faits) ne permet pas pour autant de conclure à l'existence d'un marché unique : l'éventuelle résorption des écarts de prix entre Etats membres dépend bien plus de la rapidité de la convergence que de sa seule existence. Or, les documents internes de Schneider cités plus haut indiquent que, pour ce qui concerne les composants, la convergence des prix ne se fera que lentement. Enfin, et surtout, la Commission ne rejoint pas l'opinion des parties selon laquelle l'analyse au niveau des composants n'est pas pertinente. Les prix des solutions dépendent dans une large mesure du prix des composants qui y sont intégrés. Il s'ensuit que, s'il existe des écarts de prix entre composants, il existera également des écarts de prix au niveau de certains tableaux.

236. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties ne contestent pas l'existence de différences de prix par composant. En revanche, elles estiment que les données disponibles montrent l'existence d'une convergence rapide, accélérée par l'avènement de l'Euro et le développement des portails Internet, et attestée par l'apparition progressive d'un Tarif

Européen de Référence chez Schneider. Elles estiment également qu'en tout état de cause, la différence de prix n'est qu'un des facteurs à prendre en cause pour définir le marché géographique concerné.

237. La Commission ne peut pas souscrire aux arguments des parties sur l'existence d'une convergence rapide des prix. D'une part, les tableaux précédents, qui montrent l'existence de différences de prix parfois considérables, ne suggèrent en aucun cas l'apparition rapide d'une convergence au niveau communautaire. Même en prenant en compte la "solution moyenne" présentée par les parties, les données figurant dans le Tableau 10 montrent par exemple que cette solution était en moyenne [40-60]* % plus chère en Allemagne qu'en Autriche en 1994, et qu'elle reste [40-60]* % plus chère en Allemagne qu'en Autriche en 2000. Une analyse au niveau des composants individuels aboutirait aux mêmes résultats. Et d'autre part, il apparaît que, malgré l'apparition d'un Tarif Européen de Référence pour Schneider, il pourra subsister à moyen terme des différences de prix de catalogue supérieures à [0-20]*% pour le même produit vendu dans deux pays voisins. Ces différences pourront être encore accentuées par la présence de politiques de rabais et de remises propres à chaque pays qui ne font pas l'objet d'efforts d'harmonisation.
238. La Commission accepte volontiers l'argumentation des parties selon laquelle la différence de prix ne constitue que l'un des éléments à prendre en compte pour la définition du marché géographique pertinent. Cependant, dans le cas présent, ce critère semble à lui seul suffire à l'analyse. En effet, comment comprendre que des produits identiques, fabriqués dans la même usine et acheminés par le même réseau logistique, et pour lesquels le coût de transport est minime, puissent être vendus à des prix variant souvent du simple au triple d'un Etat membre à un autre ? La présence de telles différences pour des produits semblables confirme, quasiment à elle seule, qu'il n'existe pas de réelle possibilité d'arbitrage entre deux Etats membres. Le maintien de ces différences démontre l'absence d'homogénéisation des conditions de concurrence dans le marché commun.
239. En tout état de cause, la Commission estime que l'analyse de l'offre et de la demande, telle qu'elle est effectuée dans les autres parties de cette section, confirment si besoin en était le caractère national résultant de l'examen des prix.

Présence de fortes barrières à l'entrée nationales

240. Les considérations précédentes indiquent qu'il existe de fortes barrières à l'entrée d'un pays à un autre. Pour s'installer dans un pays donné, il ne suffit pas de disposer de "solutions" dans un autre pays. Il faut en effet surmonter le "conservatisme" des installateurs pour créer une demande, obtenir l'accès aux grossistes et (pour les matériels de tableaux terminaux) obtenir l'agrément des marques de qualité nationales. L'accès aux grossistes dépendant de la demande des installateurs, et cette demande dépendant à son tour de la disponibilité des produits et donc de l'accès aux grossistes, l'exercice peut exiger des investissements à fonds perdus très importants, surtout quand il existe des marques déjà bien installées.

Disjoncteurs de branchement

241. Les disjoncteurs de branchement répondent à des spécifications nationales au Portugal et en France. Pour cette raison, le marché géographique pertinent est de dimension nationale.

Conclusion

242. A la lumière de ce qui précède, la Commission conclut à l'existence de marchés nationaux pour les composants de tableaux divisionnaires et de tableaux terminaux et les disjoncteurs de branchement. Comme le résume un fabricant, tous les segments devraient être analysés sur une base nationale. Premièrement, les normes et les habitudes nationales diffèrent significativement d'un pays à un autre. Deuxièmement, compte tenu de la structure verticale (client final / installateur / grossiste / fabricant), les marchés nationaux sont très stables. Ainsi, même si un fabricant était capable de convaincre un grossiste de référencer ses produits en plus de ses marques présentes (et donc en somme, d'augmenter le nombre de ses fournisseurs), cela ne lui permet pas pour autant de convaincre les installateurs locaux de choisir ses produits.

243. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties contestent cette définition, et elles estiment notamment que la Commission n'a pas suffisamment tenu compte de l'harmonisation du cadre normatif, de la faiblesse des coûts de transport et de l'organisation communautaire de la production.

244. La Commission admet volontiers ces trois phénomènes. Elle soutient cependant qu'ils ne remettent nullement en cause la définition des marchés géographiques pertinents. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, le cadre normatif n'est qu'un des éléments de la demande, et il ne semble pas jouer un rôle majeur compte tenu de l'importance prépondérante encore accordée aux habitudes et aux marques de qualité nationales. En tout état de cause, l'harmonisation du cadre normatif n'a pas conduit à une convergence des prix des matériels, ce qui aurait dû se produire s'il s'était agi d'une forte barrière aux échanges. De même, l'organisation européenne de la production et la faiblesse des coûts de transport ne remettent pas en cause le caractère national des marchés, puisque celui-ci ressort plutôt de la spécificité nationale de la demande et, pour ce qui concerne l'offre, de la perception des marques et du mode d'établissement des prix.

245. La définition des marchés géographiques correspondant aux matériels pour tableaux généraux peut en revanche être laissée ouverte puisque, compte tenu de l'absence de Legrand dans ce secteur, l'opération n'aurait pas pour effet d'entraver la concurrence de manière significative dans l'EEE ou une partie substantielle de celui-ci.

B.2 Canalisations électriques préfabriquées et supports de câbles

B.2.1 Définition des marchés de produits

246. Les parties définissent un marché de produits comprenant, d'une part, les "supports de câbles" et, d'autre part, les "canalisations électriques à conducteurs intégrés" également dénommées "canalisations électriques préfabriquées" (appelés ci-après : "canalisations préfabriquées").

247. Un support de câbles est un ensemble préfabriqué constituant un chemin continu de tôles perforées ou d'échelles. Il est destiné à supporter des conducteurs, en aluminium ou en

cuivre, isolés qui transportent le courant électrique dans un bâtiment. Les parties expliquent que les supports de câbles sont plus particulièrement installés en sous-sol, dans les gaines métalliques et dans les faux plafonds des bâtiments. Les matériaux généralement utilisés pour la fabrication des chemins de tôles et des échelles sont l'acier, l'aluminium, le PVC, le polyester, et le treillis métallique. Ces produits sont déclinés en un grand nombre de dimensions allant de 50 à 600 mm de large, de 50 à 100 mm de haut et de 1 à 3 m de long.

248. L'intensité de courant pouvant être transportée par les câbles installés sur des supports est directement fonction des caractéristiques techniques et du nombre de ces câbles. Les parties expliquent⁶⁴ qu'elles ne maîtrisent pas la puissance électrique véhiculée sur leurs supports. Elles s'engagent sur une tenue mécanique et non sur les Ampères qui circulent dans les câbles qui peuvent être de toutes sortes, sections et poids. Les supports de câble peuvent être utilisés en horizontal et vertical dans tout le bâtiment, entre les tableaux généraux, divisionnaires et terminaux. Plus la puissance distribuée est importante et donc le poids des câbles important (section du conducteur) et plus les solutions utilisées devront être robustes. Ainsi, les échelles à câble métalliques sont plutôt utilisées entre le tableau général et les tableaux divisionnaires, tandis que les chemins de câble perforés sont davantage utilisés entre les tableaux divisionnaires et les tableaux terminaux. Plus marginalement, des chemins de câbles en treillis soudé ou en métal perforé pourront être utilisés en aval du tableau terminal pour alimenter une machine.

249. Une canalisation préfabriquée est composée d'un ensemble de conducteurs, en cuivre ou en aluminium, montés dans une gaine constituée de matériaux isolants et installés dans une enveloppe métallique, généralement de l'acier galvanisé. Une canalisation préfabriquée est constituée par l'assemblage de plusieurs composants. Une boîte d'alimentation assurant l'alimentation électrique est installée entre le tableau électrique et la canalisation préfabriquée proprement dite. La canalisation elle-même est composée de l'assemblage de plusieurs éléments d'une longueur habituellement comprise entre 3 mètres et 5 mètres. Ces éléments comportent plusieurs étages superposés sur lesquels sont installés les conducteurs. Des trappes de dérivation y sont installées à intervalles réguliers. Ces trappes sont destinées à recevoir des coffrets de dérivation dans le but de dériver le courant électrique vers un ou plusieurs récepteurs, appelés "charges". Des coudes flexibles, généralement en plastique, assurent le passage des connecteurs et la continuité de la canalisation dans les angles des murs. Des éléments d'enclissage permettent de relier deux éléments de canalisations entre elles. Enfin, un embout de fermeture est installé à l'extrémité finale de la canalisation. Les dimensions d'une canalisation préfabriquée varient en fonction de l'intensité du courant transporté. Selon les parties, une canalisation électrique peut assurer le transport de courant d'une intensité comprise entre 20 et 5 000 Ampères⁶⁵.

250. Les canalisations préfabriquées peuvent remplir quatre fonctions différentes. Dans une configuration lourde, appelée "Liaison", elles assurent la liaison entre le transformateur Moyenne Tension /Basse Tension et le tableau général. Il s'agit d'une configuration courte, inférieure à 10 mètres, dans laquelle l'intensité du courant transportée est forte, comprise entre 1 600 et 4 000 Ampères. Dans une configuration plus légère, appelée

⁶⁴ Message du 3 juillet 2001 en réponse à une demande de la Commission du 2 juillet 2001.

⁶⁵ Annexe 39 du formulaire CO.

“ Transport ”, les canalisations préfabriquées assurent le transport du courant du tableau général vers les tableaux divisionnaires. Cette application est plus longue que la précédente, environ 30 mètres, et l'intensité du courant transportée y est de l'ordre de 400/1 600 Ampères. Les parties expliquent toutefois que les deux configurations de canalisations préfabriquées les plus utilisées correspondant à deux autres fonctions spécifiques : l'alimentation électrique des systèmes d'éclairage et la distribution électrique de faible puissance⁶⁶. Dans une configuration éclairage, la canalisation préfabriquée sera d'une longueur de 30 mètres, et transportera du courant d'une intensité habituellement comprise entre 16 et 40 Ampères. En outre, elle sera munie de connecteurs spécifiques pour l'alimentation des luminaires. Dans une configuration de distribution de faible puissance, la canalisation sera également d'une longueur de 30 mètres, mais elle transportera du courant d'une intensité plus forte, comprise entre 40 et 100 Ampères. Elle servira à distribuer du courant vers des appareillages ultra terminaux, comme des prises ou des interrupteurs. A cet effet, elle sera munie de connecteurs et de coffrets à fusibles et/ou à disjoncteurs afin d'assurer la protection de ces appareillages.

251. Supports de câbles et canalisations préfabriquées servent donc tous deux à transporter physiquement le courant électrique entre le tableau général et les tableaux divisionnaires. Les parties indiquent que les canalisations préfabriquées sont en outre utilisées en aval du tableau divisionnaire notamment pour distribuer l'énergie vers les tableaux de distribution terminale⁶⁷. Les canalisations préfabriquées intègrent, dès le stade de leur fabrication, les conducteurs assurant le transport du courant électrique. Dans le cas des supports de câbles, ces conducteurs devront être achetés séparément.⁶⁸ Les parties confirment qu'elles ne proposent pas à leurs clients d'offres combinées de supports de câbles et de câbles⁶⁹.
252. Selon les parties, les supports de câbles et les canalisations à conducteurs forment un seul et même marché de produits. Les parties expliquent que ces deux catégories de produits remplissent une fonction identique, à savoir servir de support au transport de courants électriques élevés, souvent de plusieurs centaines d'Ampères, entre le tableau général de distribution basse tension et les tableaux divisionnaires. Elles en concluent que les canalisations préfabriquées et les supports de câbles sont substituables du côté de la demande.
253. Il apparaît pourtant que, pour ces deux catégories de produits, la substituabilité du côté de la demande est limitée tandis que la substituabilité du côté de l'offre est inexistante.

Substituabilité du côté de la demande

254. Les parties expliquent⁷⁰ que le choix de recourir à l'une ou l'autre catégorie de produit est fonction de la configuration de chaque bâtiment et des caractéristiques du réseau de distribution électrique qui y est installé. Ainsi, les canalisations préfabriquées offriraient

⁶⁶ Réponse des parties du 21 juin 2001 en réponse à une demande du 13 juin 2001.

⁶⁷ Formulaire CO, page 52.

⁶⁸ Réponse du 23.02.2001, point 6.

⁶⁹ Réponse des parties à la question 9 du questionnaire du 22 mars 2001.

⁷⁰ Formulaire CO, page 52.

un niveau de flexibilité supérieur aux supports de câbles pour ce qui concerne la disposition des équipements (ordinateurs, machines, etc...) dont le fonctionnement requiert de l'électricité. Ce dernier point est particulièrement mis en évidence dans un document interne de Schneider⁷¹. Il y est expliqué que les canalisations préfabriquées sont "plus concurrentielles que le câble" lorsqu'il s'agit de distribuer du courant électrique vers de nombreuses machines disposées dans un même local. En effet, elles présenteraient deux avantages majeurs. En premier lieu, les canalisations préfabriquées sont "faciles à modifier : une machine peut être déplacée aisément, ou une nouvelle machine peut être ajoutée en la connectant simplement à un point d'entrée disponible". En second lieu, les canalisations préfabriquées sont "très adaptables : des canalisations peuvent être ajoutées ou retirées pour répondre aux changements de configuration". Une affirmation du même ordre ressort d'un autre document interne de Schneider⁷². Il y est indiqué que les canalisations électriques ont un prix [...] fois plus élevé que les supports de câbles mais que le coût d'installation d'une dérivation y est [...] fois moins élevées. Selon ce même document, l'installation de canalisations préfabriquées s'avère une solution plus économique que les supports de câbles dès lors qu'il est nécessaire installer plus de [...] dérivation.

255. En outre, il est expliqué dans un document interne de Schneider⁷³ que les canalisations préfabriquées sont également "plus concurrentielles que le câble" pour les applications "liaison" qui nécessitent le transport de courant d'une intensité supérieure à 1 600 Ampères et pour les applications "transport" qui nécessitent le transport de courant d'une intensité supérieure à 1 000 Ampères.

256. Par ailleurs, les canalisations préfabriquées et les supports de câbles présentent des caractéristiques techniques et de fonctionnement différentes. Ainsi, les parties expliquent⁷⁴ que les canalisations préfabriquées résistent beaucoup mieux aux intensités de courant élevées générées par un court-circuit. Il est également indiqué dans un document interne de Schneider⁷⁵ qu'en cas de court-circuit, les canalisations préfabriquées présentent l'avantage de provoquer une interruption minimale de l'alimentation électrique. Ce document explique en effet : "des protections sont placées entre chaque point de connection, de façon à ce qu'une seule charge soit retirée ce qui minimise le "down-time" pendant l'entretien et la réparation". De plus, ce même document indique⁷⁶ que les canalisations électriques sont 40% plus légères et deux fois plus rapides à installer que les supports de câble.

257. A contrario, l'éventail de matériaux susceptibles d'être utilisés pour la fabrication des supports de câbles permet de les utiliser dans des environnements particuliers. Par exemple, les supports de câbles en aluminium résistent particulièrement bien en

⁷¹ "Busbar trunking – SBU presentation". Document fourni en réponse (Annexe 8) au questionnaire du 22 mars 2001, page 10.

⁷² Document fourni en annexe 39 au formulaire CO, page 4.

⁷³ "Busbar trunking – SBU presentation". Document fourni en réponse (Annexe 8) au questionnaire du 22 mars 2001, page 9.

⁷⁴ Formulaire CO, page 52.

⁷⁵ "Busbar trunking – SBU presentation", précité, page 10.

⁷⁶ Idem, page 9.

atmosphère humide et les supports de câbles en plastique renforcé en fibre de verre en atmosphère corrosive. Par conséquent, les premiers sont souvent utilisés dans l'industrie agroalimentaire et les seconds dans l'industrie chimique⁷⁷.

258. Les canalisations préfabriquées et les supports de câbles répondent donc à des besoins spécifiques et différents. Les premières représentent une solution plus économique que les seconds dès lors que l'intensité du courant à transporter entre le tableau général et les tableaux divisionnaires est supérieur à 1 000 Ampères ou bien lorsque l'intensité à transporter entre le transformateur MT/BT et le tableau général est supérieure à 1 600 Ampères. Dans une configuration " distribution ", les canalisations préfabriquées représentent une solution plus économique lorsque le nombre de dérivations à installer est supérieur à cinq. Les canalisations préfabriquées présentent également des caractéristiques techniques qui les rendent particulièrement bien adaptées et irremplaçables dans les bâtiments pour lesquels la continuité de l'alimentation électrique est indispensable et qui nécessitent l'installation d'un grand nombre de dérivation, tels que les grands bâtiments commerciaux, les hôpitaux et les aéroports. En effet, dans un document interne de Schneider ce type de bâtiments est présenté comme le marché naturel des canalisations préfabriquées.⁷⁸ A contrario, les supports de câbles seront préférés aux canalisations préfabriquées dans certains secteurs économiques ou types d'atmosphère particuliers.
259. La substituabilité du côté de la demande entre canalisations préfabriquées et supports de câbles est donc partielle. Elle est limitée pour l'essentiel aux applications de distribution de faible puissance, de transport et de liaison. Même pour chacune de ces applications, les caractéristiques de chacune des deux catégories de produits aura pour conséquence de limiter la substituabilité du côté de la demande.
260. Cette conclusion est confirmée par un document interne de Schneider où il est indiqué que les " câbles " représentent une technologie seulement " indirectement concurrente " aux canalisations préfabriquées⁷⁹. Les parties soulignent que la technologie des supports de câbles est indirectement concurrent " car elle remplit la même fonction de base sans toutefois disposer de la même flexibilité d'utilisation " ⁸⁰. Un tiers interrogé, Pogliano, explique que les supports de câbles et les canalisations préfabriquées ne sont véritablement en situation de concurrence que dans les marchés géographiques où la diffusion de ces dernières est encore limitée et où leurs avantages relatifs restent donc encore mal connus des consommateurs⁸¹.

Substituabilité du côté de l'offre

261. De nombreux tiers ont expliqué que les canalisations préfabriquées constituent un produit plus élaboré d'un point de vue technique que les supports de câbles. En effet,

⁷⁷ Voir réponse des parties à la question 4 du questionnaire du 22 mars 2001.

⁷⁸ " Busbar trunking – SBU presentation ", précité, page 9.

⁷⁹ " Présentation de la démarche Marketing CEP ", document fourni par Schneider en réponse au questionnaire du 22 mars 2001 en Annexe 6, page 4.

⁸⁰ Réponse des parties du 21 juin 2001 à une demande de la Commission du 13 juin 2001.

⁸¹ Réponse du 17.02.2001, point 6.

ainsi que cela a déjà été indiqué, les conducteurs électriques sont inclus dans les canalisations préfabriquées dès le stade de leur production alors que les supports de câbles sont seulement prévus pour recevoir ultérieurement ces conducteurs.

262. Les différences techniques entre canalisations préfabriquées et supports de câbles sont reflétées par les normes auxquelles elles ont soumises. Les normes CEI 60439-2 et Cenelec EN 60439-2 relatives aux canalisations préfabriquées posent des exigences électriques visant tout particulièrement le dimensionnement des conducteurs qu'elles intègrent, leur isolement et les caractéristiques des connexions. Les normes Cenelec EN 10142 et EN 10088 relatives aux supports de câbles posent, quant à elles, des exigences mécaniques concernant les poids générés par les câbles que les supports de câbles et leurs fixations doivent être en mesure de supporter. Ainsi, alors que les normes relatives aux canalisations préfabriquées fixent des exigences électriques visant à éviter les courts-circuits et les incendies⁸², les normes relatives aux supports de câbles fixent des exigences quant à la résistance physique de ces produits. Contrairement aux supports de câbles, les canalisations préfabriquées constituent donc un appareillage électrique, en ce sens qu'elles sont destinées à être traversées par du courant électrique.
263. Ces différences techniques se traduisent par des processus de fabrication différents. La fabrication de supports de câbles s'apparente à de la métallurgie ou de la tôlerie alors que la production de canalisations préfabriquées relève de la construction électrique. Ainsi, les parties reconnaissent dans le formulaire CO (page 52) que les supports de câbles sont en général réalisés par des tôliers et les canalisations électriques par des électriciens. Il en résulte que, à la connaissance de la Commission, seules deux entreprises fabriquent ces deux catégories de produits : Schneider et Hager. Dans chacun de ces deux cas, cette situation est récente et résulte de l'acquisition d'une autre entreprise (Lexel par Schneider, et Tehalit par Hager). Précédemment à ces acquisitions, Schneider et Hager produisaient uniquement des canalisations préfabriquées.
264. Il n'en demeure pas moins que chacun de ces deux groupes dispose de filiales spécialisées dans la fabrication de l'une ou l'autre de ces catégories de produits. Ainsi, à l'intérieur du groupe Schneider, les filiales Télémécanique et Normabarre assurent la production de canalisations préfabriquées tandis que les filiales Wibe, Stago et Mita assurent la production de supports de câbles. Les principaux fabricants de canalisations préfabriquées en Europe (Moeller, MEM-Delta, Pogliano, Zucchini, etc...) ne produisent pas de supports de câbles. Enfin, les parties soulignent que les producteurs de supports de câbles sont des fabricants de petite taille spécialisés dans la fabrication de ce type de produit⁸³.
265. La substituabilité entre supports de câbles et canalisations électriques préfabriquées est donc inexistante du côté de l'offre.

⁸² Voir réponse des parties à la question 7 du questionnaire du 22 mars 2001).

⁸³ Formulaire CO, page 53.

Conclusion

266. Pour les raisons exposées ci-dessus, la Commission considère que les supports de câbles et les canalisations préfabriquées constituent deux marchés de produits distincts. Dans leur mémoire en réponse⁸⁴, les parties n'ont pas contesté cette conclusion.

B.2.2 Définition de marché géographique

267. Les parties estiment que le marché pour la vente de supports de câbles et de canalisations préfabriquées est de dimension européenne. Elles appuient leur position sur le fait que les produits vendus dans les différents Etats membres sont identiques. En outre, plus de [...] % de la production de Schneider et de Legrand serait vendue dans d'autres Etats membres que celui où elle est fabriquée.

268. Par contre, l'enquête de la Commission a établi que le jeu concurrentiel dans la vente de produits de distribution électrique basse tension s'effectue essentiellement sur une base nationale. Les éléments essentiels de cette analyse, développée ci-dessus⁸⁵ pour les tableaux de distribution, s'appliquent de façon analogue aux supports de câbles et canalisations préfabriqués. Plus particulièrement, les considérations qui suivent soutiennent cette analyse pour ces marchés de produits.

Le prix de vente des supports de câbles et des canalisations préfabriquées varie fortement selon les Etats membres

269. Il existe des différences de prix significatives entre les Etats membres de l'EEE pour une même référence de produits, tant en ce qui concerne les canalisations préfabriquées que les supports de câbles.

Canalisations préfabriquées

270. Les parties ont toutefois fourni un comparatif de prix pour ce qu'elles estiment être les deux configurations standards les plus utilisées. Il s'agit (i) de la canalisation éclairage KLE 16 Ampères 2 pôles fabriquée par Télémécanique et (ii) de la canalisation préfabriquée de faible puissance KNA 63 Ampères fabriquée par Télémécanique⁸⁶.

271. Le tableau 11 ci-dessous indique le prix de vente de la canalisation éclairage [...] fabriquée par Télémécanique, filiale de Schneider, dans différents Etats membres de l'EEE⁸⁷ :

⁸⁴ Point 472.

⁸⁵ Paragraphes 126-224.

⁸⁶ Réponse des parties du 21 juin 2001 à une demande de la Commission du 13 juin 2001.

⁸⁷ Réponse du 21 juin 2001 à une demande de la Commission du 13 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Tableau 11

	France	Italie	Espagne	Belgique	Portugal	Grèce	RU	Irlande
Prix en FFrs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prix : France base 100	100	**	**	***	***	***	****	***

	Allemagne	Autriche	Pays-Bas	Suède	Danemark	Norvège	Finlande
Prix en FFrs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prix : France base 100	**	***	***	**	**	**	**

Source : parties

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

272. Le tableau 12 ci-dessous indique le prix de la canalisation préfabriquée de faible puissance [...] fabriquée par Télémécanique, filiale de Schneider, dans différents Etats membres de l'EEE⁸⁸ :

Tableau 12

	France	Italie	Espagne	Belgique	Portugal	Grèce	RU	Irlande
Prix en FFrs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prix : France base 100	100	*	**	**	**	**	***	***

	Allemagne	Autriche	Pays-Bas	Suède	Danemark	Norvège	Finlande
Prix en FFrs	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prix : France : base 100	**	***	***	***	***	**	*****

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

273. Il ressort de ces deux tableaux que le prix d'une même référence de canalisation préfabriquée varie fortement d'un Etat membre de l'EEE à un autre Etat membre. A cet égard, on constate que le prix d'une même référence peut connaître des variations supérieures à [50-100]* % entre deux Etats membres voisins. Ainsi, la canalisation [...] est vendue [...] FFrs en Norvège et [...] FFrs en Suède. De même, la canalisation [...] est vendue [...] FFrs en Espagne et [...] FFrs en France.

⁸⁸ Réponse du 21 juin 2001 à une demande la Commission du 13 juin 2001.

Supports de câbles

274. Le tableau 13 ci-dessous indique l'évolution du prix de vente relatif des échelles de câbles en acier (" steel cable ladders ") fabriquées par Lexel, filiale de Schneider, entre 1996 et 2000 dans les différents Etats membres de l'EEE où Lexel commercialise ces produits :

Tableau 13

	1996	1997	1998	1999	2000
Suède ⁸⁹	100	***	***	***	***
Danemark	***	***	***	***	***
Finlande	**	**	**	**	**
Allemagne	**	**	**	**	**
Grande- Bretagne	***	***	***	***	***
Pays Bas	***	***	***	***	***
Belgique	***	***	***	***	***

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

275. Il ressort de ce tableau 13 que le prix de cette catégorie de supports de câbles varie fortement entre Etats membres, même voisin, et que ces écarts de prix n'ont pas eu tendance à diminuer au cours des cinq dernières années. Ainsi, l'écart de prix entre la Suède et le Danemark qui était de [0-50]* % en 1996 s'établit à [0-50]* % en 2000. De même, l'écart de prix entre l'Allemagne et les Pays-Bas qui était de [0-50]* % en 1996 s'établit à [50-100]* % en 2000.

276. Dans leur mémoire en réponse, les parties ont contesté la pertinence du choix des échelles de câbles en acier produites par Lexel pour établir l'existence de différences de prix entre Etats membres pour l'ensemble des supports de câbles. Selon elles, les chemins de câbles en acier seraient plus représentatifs de l'ensemble du marché de produit en cause, dans la mesure où cette catégorie de produits représenterait au niveau européen un volume de vente environ deux fois plus élevé que celui des échelles de câbles en acier. En tout état de cause, les parties soutiennent que l'écart de prix pour les échelles de câbles en acier entre certains Etats membres voisins (comme les Pays-Bas et de l'Allemagne) serait quasiment nul.

277. En premier lieu, il convient de relever que l'affirmation des parties selon laquelle les chemins de câbles en acier représente un volume de vente deux fois supérieur à celui des échelles de câbles en acier repose sur une simple extrapolation au niveau européen de la situation prévalant au Royaume-Uni. Les parties n'ont en effet fourni aucune

⁸⁹ Prix en Suède en 1996 = Base 100.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

information permettant d'établir que la répartition des ventes entre les différentes catégories de supports de câbles au Royaume-Uni pouvait être généralisée au reste de l'EEE.

278. En outre, il ressort des documents fournis par les parties⁹⁰ qu'il existe également des différences de prix significatives entre Etats membres, même voisins, en ce qui concerne les chemins de câbles en acier. Le tableau ci-dessous indique l'évolution du prix relatif des chemins de câble en acier produit par Lexel, filiale de Schneider entre 1998 et 1999, dans les trois Etats membres où cette entreprise les commercialise.

Tableau prix des chemins de câble en acier

	1998	1999	2000
Pays-Bas ⁹¹	100	[100-150]*	[100-150]*
Allemagne	[100-150]*	[100-150]*	[100-150]*
Belgique	[50-100]*	[50-100]*	[50-100]*

Source : parties

279. Il ressort donc du tableau prix des chemins de câble en acier figurant ci-dessus que si l'écart de prix entre les Pays-Bas et l'Allemagne est faible, et a même eu tendance à se resserrer entre 1998 et 2000, en revanche l'écart de prix entre ces deux Etats membres, d'une part, et la Belgique, d'autre part, est supérieur à [0-50]* % en 2000 et a même eu tendance à s'amplifier sur la même période.

280. Dans leur mémoire en réponse à la Communication des griefs, les parties ont estimé que la comparaison des prix des supports de câbles entre Etats membres établie par la Commission serait faussée par l'absence de prise en compte de trois facteurs exogènes.

281. En premier lieu, la Commission n'aurait pas tenu compte du fait que pour des raisons historiques, la Suède et la Finlande aurait une nette préférence pour les échelles de câbles plutôt que pour les chemins de câbles. Cette situation aurait pour conséquence que la concurrence sur la première catégorie de produits citée serait plus forte, ce qui expliquerait en partie ses niveaux de prix inférieurs par rapport au reste de l'Europe.

282. A cet égard, il convient tout d'abord de relever que les écarts de prix de vente des chemins de câbles produits par Schneider ne sont pas seulement significatifs entre la Suède et la Finlande d'une part, et les autres Etats membres d'autre part. Ainsi, il ressort par exemple du tableau 13 que l'écart de prix entre l'Allemagne et la Belgique s'établit à [50-100]* % en 2000. Même en considérant que l'Allemagne est également un cas particulier, l'écart de prix entre le Danemark et la Belgique s'établit à [0-50]* %. En outre, la circonstance que le volume relatif des ventes des différentes catégories de supports de câbles soit substantiellement différent dans les différents Etats membres, en raison de la nette préférence des consommateurs nationaux pour certaines catégories de supports de câbles, ainsi que le soutiennent les parties⁹², constitue un élément supplémentaire important plaidant pour une définition nationale du marché de produit en cause.

⁹⁰ Réponse des parties du 19 juillet 2001 à la question 1 du questionnaire du 22 mars 2001

⁹¹ Prix en Suède en 1998= base 100

⁹² Point 484 du mémoire en réponse à la Communication des griefs

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

283. En deuxième lieu, les parties expliquent dans leur mémoire en réponse⁹³ que les divergences de prix entre Etats membres en ce qui concerne les échelles de câbles commercialisées par Lexel serait le résultat de la fluctuation des monnaies des Etats membres. A titre d'exemple, les parties citent l'exemple de la Couronne suédoise qui a perdu près de 30% de sa valeur vis à vis de la Livre britannique, ce qui aurait réduit, selon elles, l'écart de prix constaté entre la Suède et le Royaume-Uni pour cette catégorie de produit. A cet égard, il ressort du tableau 13 ci-dessus que l'écart de prix de vente des chemins de câbles commercialisés par Lexel dans ces deux Etats membres, qui était de [0-50]* % en 1996, s'établit [0-50]* % en 2000, ce qui contredit l'argument d'un resserrement des prix entre la Suède et le Royaume-Uni. En outre, il convient de constater que les écarts de prix de vente des échelles de câbles commercialisés par Lexel concerne de nombreux Etats membres de l'EEE dont les monnaies sont restées stables les unes vis à vis des autres au cours des dernières années. Ainsi, il ressort du tableau 13 ci-dessus que l'écart de prix entre l'Allemagne et les Pays-Bas, par exemple, s'établit à [50-100]* % en 2000.

284. Enfin, en troisième lieu, les parties font valoir⁹⁴ que les prix de vente qu'elles ont communiqués à la Commission prennent en compte des remises et rabais de volume appliqués à chaque vente. Or, le montant de ces remises et rabais différerait selon les Etats membres, ce qui expliquerait, selon elles, les différences de prix moyen de vente constatés. A cet égard, il suffit de constater que les parties n'ont fourni aucun document permettant d'établir que le niveau moyen des volumes de vente par affaire serait différent entre les Etats membres. En tout état de cause, si tel devait être le cas, cette situation constituerait un indice supplémentaire important plaidant en faveur d'une définition nationale du marché des supports de câbles.

Les positions des fabricants de supports de câbles et de canalisations préfabriquées varient fortement selon les Etats membres

285. Les parts de marché des principaux acteurs sur les marchés des canalisations préfabriquées et des supports de câbles sont sensiblement différentes selon les Etats membres.

Canalisations préfabriquées

286. Le tableau 14 ci-dessous, fourni par les parties⁹⁵, présente les parts de marché des principaux acteurs sur le marché des canalisations préfabriquées dans les principaux Etats membres de l'EEE.

⁹³ Point 485 et suivants

⁹⁴ Point 489 du mémoire en réponse à la Communication des griefs

⁹⁵ Message électronique du 12 mars 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Tableau 14

	Schneider	Moeller	Zucchini	Pogliano	Autres 1	Autres 2
Allemagne	[30-40]*%	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Siemens [0-10]*%	Lanz [0-10]*%
Autriche	[60-50]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Lanz [0-10]*%	
Belgique	[50-60]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		EAE [0-10]*%	
Danemark	[60-50]*%	[20-30]*%				
Espagne	[40-50]*%	[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		
France	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Erico [0-10]*%	
Finlande	[20-30]*%	[10-20]*%			MEM [30-40]*%	
Grande Bretagne	[10-20]*%	[30-40]*%	[10-20]*%		MEM [10-20]*%	
Grèce	[60-50]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Irlande	[80-90]*%	[0-10]*%	[10-20]*%		MEM [0-10]*%	
Norvège	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%			
Pays-Bas	[40-50]*%	[40-50]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Portugal	[70-80]*%	[20-30]*%	[0-10]*%			
Total EEE	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		

287. Il ressort du tableau 14 ci-dessus que les positions des principaux fabricants de canalisations électriques varient significativement selon les Etats membres. Ainsi, pour s'en tenir aux seules variations entre Etats membres voisins, on constate que Schneider détient une part de marché de [70-80]*% en France, mais que sa part de marché s'établit à [50-60]*% en Belgique, [40-50]*% en France et seulement [30-40]*% en Allemagne. De manière équivalente, la part de marché de Schneider est de [80-90]*% en Irlande, mais de seulement [10-20]*% en Grande-Bretagne, et de [70-80]*% au Portugal, mais de seulement [40-50]*% en Espagne. S'agissant du principal autre acteur sur le marché européen, Moeller, sa part de marché est de [50-60]*% en Allemagne, mais de [30-40]*% en Autriche, [10-20]*% en Belgique et de seulement [0-10]*% en France.

Supports de câbles

288. Le tableau 15 ci-dessous, fourni par les parties, indique les parts de marché des principaux concurrents sur le marché des supports de câbles dans les différents Etats membres de l'EEE.

Tableau 15

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

	Schneider	Legrand	Hager	Autres 1	Autres 2
Allemagne	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	OBO	Van Geel
Autriche	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Belgique	[10-20]*%		[0-10]*%	Vergocan	Van Geel
Danemark	[20-30]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	RMIndustrial Group	Van Geel
Espagne	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Finlande	[0-10]*%		[0-10]*%	Meka	Nordic Aluminium
France	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Tolmega [30-40]*%	Métal Déployé [20-30]*%
Grande Bretagne	[0-10]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	RM Cable Tray [0-10]*%	Unitrust [0-10]*%
Grèce	[0-10]*%	[0-10]*%			
Irlande	[0-10]*%	[0-10]*%		RM Cable Tray	Unitrust
Italie	[0-10]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	Sati [20-30]*%	ABB [10-20]*%
Norvège	[40-50]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Ögland	Van Geel
Pays-Bas	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Van Geel	Gouda
Portugal	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Suède	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Meka	Van Geel
Total	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		

289. Il ressort du tableau ci-dessus que Schneider n'est présent que dans six Etats membres. Dans cinq d'entre eux, il détient une part de marché comprise entre [20-80]*%. En revanche, il est absent de tous les autres marchés nationaux. Legrand détient la plus forte part de marché au niveau de l'EEE alors même qu'il n'est présent que dans trois Etats membres (France, Italie et Royaume-Uni) dont deux seulement où il détient une part de marché significative (Italie [20-30]*% et Grande Bretagne [30-40]*%). A l'exception d'Hager, présent dans 11 Etats membres, tous les autres concurrents n'ont une présence que dans un ou deux Etats membres, généralement voisins (Unitrust et RM Cable Tray en Irlande et au Royaume Uni ou Meka en Suède et en Finlande). Van Geel semble être la seule exception à cette règle puisqu'il est présent en Belgique, aux Pays-Bas, en Allemagne et également en Scandinavie.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

290. La plupart des acteurs sur le marché des supports de câbles sont donc présents dans un seul Etat membre. Quant aux concurrents disposant d'une présence dans plusieurs Etats, leurs positions sont caractérisées (i) par une part de marché particulièrement importante dans un Etat membre et (ii) par des parts de marchés nettement plus faibles et fluctuantes dans les autres Etats membres.
291. Dans leur mémoire en réponse à la Communication des griefs⁹⁶, les parties ont fait remarqué qu'il existait plusieurs acteurs sur le marché de produits en cause disposant d'une présence dans plusieurs Etats membres. Les parties citent ainsi Schneider, présent dans sept Etats membres, Van Geel, présent dans six Etats membres et Hager, présent dans onze Etats membres. En outre, les parties font valoir que Hager disposerait de parts de marché relativement homogènes dans les différents Etats où il est présent.
292. A cet égard, il suffit de relever que la circonstance que trois acteurs seulement sur le marché des supports de câbles disposent d'une présence dans plusieurs Etats membres ne saurait suffire pour conclure à l'existence de concurrents de dimension véritablement européenne se livrant entre eux à une concurrence sur l'ensemble de l'EEE. Cette conclusion est renforcée par le fait qu'aucun des trois principaux concurrents au niveau de l'EEE, Schneider, Legrand et Hager, ne détient des parts de marché homogènes au niveau national.

La distribution des supports de câbles et des canalisations préfabriquées s'organise sur une base nationale

293. Les parties expliquent qu'en moyenne entre 75% et 95% du chiffre d'affaires des fabricants de supports de câbles et de canalisations préfabriquées est généré par les ventes aux grossistes⁹⁷. Par exemple, Schneider indique que ses ventes de supports de câbles aux grossistes représentent la totalité de ses ventes en Suède, au Royaume-Uni et aux Pays-Bas. Schneider n'a pas fourni d'autres informations pour les autres Etats membres.⁹⁸
294. Ainsi qu'il a été expliqué ci-dessus, les relations entre fabricants et grossistes de matériels de distribution électrique s'organisent sur une base nationale voire régionale, même en ce qui concerne les fabricants et les grossistes de dimension européenne. Cette constatation s'applique également aux supports de câbles et aux canalisations préfabriquées. Le jeu concurrentiel dans la distribution de ces produits s'organise donc sur une base essentiellement nationale.
295. Dans leur mémoire en réponse à la Communication des griefs⁹⁹, les parties ont fait valoir qu'une part importante du chiffre d'affaires des fabricants de supports de câbles serait générée par des ventes directes aux clients finaux. Cela serait particulièrement vrai en ce qui concerne les chantiers importants, pour lesquels les grossistes eux-mêmes exigeraient des fabricants qu'ils livrent directement les clients les supports de câble qui figurent à leurs catalogues. Dès lors, les relations entre grossistes et fabricants ne jouerait

⁹⁶ Points 506 et 509

⁹⁷ Formulaire CO, page 90.

⁹⁸ Annexe à la réponse de Schneider à la question 98 du questionnaire du 29 juin 2001.

⁹⁹ Point 523.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

pas un rôle déterminant dans l'appréciation de la définition géographique du marché de produit en cause.

296. A cet égard, il convient tout d'abord de relever que les parties n'ont fourni aucune indication permettant d'établir l'importance de ventes directes des fabricants aux consommateurs finaux sur le marché des supports de câbles. Les seules données fournies par les parties, concernant leurs propres ventes, montrent au contraire que les ventes aux grossistes représentent l'essentiel de leur chiffre d'affaires. Aucune information disponible ne permet de conclure qu'il en serait autrement pour les autres acteurs sur le marché.

297. En outre, l'argument des parties selon lequel les grossistes demanderaient aux fabricants de livrer directement les clients finaux les supports de câbles figurant dans les catalogues de produits qu'ils distribuent ne signifie pas pour autant que les fabricants vendent directement les produits en question à ces derniers. Au contraire, l'intervention des grossistes s'agissant de produits qu'ils ont décidé de faire figurer dans leurs catalogues commerciaux laisse plutôt penser que ceux-ci achètent les produits en question aux fabricants puis les revendent au consommateur final, sans que ces produits ne transitent physiquement par leurs stocks.

Les barrières à l'entrée

298. Les parties ont fait valoir dans leur mémoire en réponse¹⁰⁰ que le marché des supports de câbles serait caractérisé par de faibles barrières à l'entrée. En effet, selon les parties, les produits en cause seraient homogènes, en ce sens qu'il ne nécessiterait peu ou pas d'adaptation pour répondre à la demande locale. En outre, les parties expliquent que les coûts de transport sont relativement faibles et ne constituent pas un obstacle à la libre-circulation à l'intérieur de l'EEE. Enfin, selon les parties, il existerait des flux commerciaux importants entre Etats membres. Ainsi, [20-40]*% des supports de câbles de Schneider et de Legrand seraient commercialisés dans un Etat membre autre que celui de production.

299. L'existence d'écarts de prix substantiels entre Etats membres et l'hétérogénéité des parts de marché des acteurs constatés ci-dessus constituent deux éléments déterminants qui, d'un point de vue factuel, démentent, ou à tout le moins, limitent fortement, l'affirmation des parties selon laquelle les barrières à l'entrée sur le marché des supports de câbles seraient faibles. L'enquête de la Commission a montré que l'accès à la distribution constituait la principale barrière à l'entrée sur le marché des supports de câbles dans la mesure où l'essentiel des ventes s'effectuent via les grossistes. La tendance des grossistes à réduire le nombre de marques qu'ils distribuent pour chacune des catégories de matériels électriques tend à augmenter les barrières à l'entrée.

Conclusion

300. Les marchés géographiques pertinents pour la vente de supports de câbles et pour la vente de canalisations préfabriquées sont de dimension nationale.

¹⁰⁰ Points 512 et suivants.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

B.3 Équipements électriques situés en aval du tableau de distribution terminale

B.3.1 Définitions des marchés de produits

Introduction

301. Les équipements électriques situés en aval du tableau de distribution terminale (aussi appelés “ produits et accessoires d’installation répartie ” par les parties) ont pour caractéristique commune de se situer au stade ultime ou terminal du réseau de distribution électrique, en aval des tableaux de distribution terminale.
302. Les parties proposent de définir comme marchés de produit distincts les marchés suivants : (i) le marché des prises et interrupteurs; (ii) le marché des systèmes de contrôle; (iii) le marché des systèmes de sécurité des personnes ; (iv) le marché des systèmes de sécurité des biens ; (v) le marché des équipements de connexion pour réseaux de communication; (v) le marché des matériels de fixation et dérivation; et (vi) le marché des matériels de cheminement en ambiance. En effet, chacune de ces catégories de produits remplirait des fonctions différentes. L’enquête de la Commission a confirmé que ces différentes catégories de marché ne sauraient être regroupées au sein d’un même marché de produits. Les marchés des systèmes de contrôle, des systèmes de sécurité des biens, des équipements de connexion pour réseaux de communication et des matériels de cheminements en ambiance ne sont pas des marchés affectés par la transaction proposée.
303. Un trait commun des définitions des marchés de produits proposés par les parties est que chacun de ces marchés contient des produits qui ne sont pas substituables entre eux.
304. Néanmoins, les marchés concernés ont quelques caractéristiques communes qui les distinguent des marchés des tableaux de distribution comme des supports de câbles et des canalisations préfabriquées. Tout d’abord, il s’agit de marchés qui concernent principalement les secteurs résidentiel et tertiaire, à l’exclusion du secteur industriel (sauf pour certaines catégories de produits comme l’appareillage étanche). En plus, les produits d’installation répartie constituent la partie visible de l’installation. Ces deux caractéristiques ont pour conséquence que, contrairement aux tableaux de distribution électrique et aux supports de câbles et canalisations préfabriquées, l’aspect esthétique joue un rôle important dans le choix des produits et que l’utilisateur final a un intérêt beaucoup plus accentué à être impliqué dans ce choix. En outre, les équipements situés en aval du tableau terminal sont presque entièrement distribués par la voie des grossistes. En revanche, les tableautiers ainsi que les ventes directes des fabricants aux clients finals ne jouent aucun rôle dans la distribution de ces produits. De ce fait, le rôle des installateurs dans le choix des produits est renforcé par rapport aux tableaux de distribution électrique ou aux supports de câbles et canalisations préfabriquées.

Prises et interrupteurs

Introduction

305. La catégorie des prises et interrupteurs basse tension, telle qu’elle est présentée par les parties, regroupe les produits suivants :
- Les prises de courants simples, assurant le branchement de charges électriques.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

- Les prises dites “ courant faible ” : prises téléphoniques traditionnelles, prises télévision et prises dites “ VDI ” (voix, données, images), assurant le branchement de respectivement le téléphone, la télévision et les systèmes d'information et de communication.
- Les interrupteurs, servant comme mécanisme de commande de sources électriques (éclairage, moteurs), y inclus les télérupteurs et les minuteries.
- Les variateurs (*dimmers*), assurant le réglage du niveau d'éclairage.

306. De plus, au sein du segment des prises et interrupteurs, l'enquête approfondie de la Commission a révélé l'existence d'une catégorie de produit appelée “ appareillage étanche ”, destinée à pouvoir résister à des environnements agressifs (humidité, poussières, chocs).

307. Selon les parties, l'ensemble de ces produits, à l'exclusion des seules prises VDI, constitue un seul et même marché de produits, car ils sont indissociables les uns des autres pour des raisons de design et d'esthétique. Ceci serait confirmé par le fait que leur offre se déclinerait en gammes homogènes du point de vue de leur esthétique. Ainsi, le choix du consommateur pour un de ces produits (par exemple une prise) commanderait son choix pour un autre (par exemple un interrupteur) car il serait inesthétique d'avoir à l'intérieur d'une même pièce une prise et un interrupteur avec deux designs différents.

308. Pour les raisons exposées ci-dessous, l'enquête menée par la Commission a confirmé l'existence d'un marché des prises et interrupteurs standards (y inclus les minuteries, les télérupteurs et les variateurs) ainsi que de marchés de produits spécifiques pour les prises informatiques et les appareillages étanches. La question de savoir si les prises téléphoniques traditionnelles et les prises télévision sont à considérer comme des marchés de produits distincts, ou si elles font partie du marché des prises et interrupteurs standards peut rester ouverte, l'analyse du point de vue de la concurrence étant la même dans chacune de ces hypothèses.

309. Les produits de cette catégorie sont très variés du point de vue de leur fonction, de leur contenu technologique et de leur valeur unitaire. Il faut noter, tout d'abord, que la catégorie des prises et interrupteurs telle que présentée par les parties comprend d'une part des produits à faible contenu technologique, notamment les interrupteurs et les prises ordinaires et, d'autre part, des produits intégrant des composants électroniques, notamment les prises VDI et les variateurs contrôlant le l'intensité de l'éclairage. Ces produits ont comme caractéristique commune d'être installés dans les parties habitables des immeubles et d'être “ visibles ”. Pour cette raison, leur design et leur esthétique constituent un élément important dans le choix des consommateurs.

Prises et interrupteurs standards

310. Pour ce qui est des prises de courant et interrupteurs standards, y inclus les télérupteurs, les minuteries et les variateurs, l'argumentation des parties sur l'existence d'un seul marché de produits peut être retenu.

311. En effet, l'enquête de la Commission auprès des fabricants concurrents, des grossistes et des installateurs a confirmé que, comme l'ont expliqué les parties, le facteur décisif pour

le choix des utilisateurs et, par conséquent, des grossistes est le facteur esthétique qui réunit ensemble ces produits aux fonctions différentes.

312. Tous les produits concernés présentent la caractéristique commune d'être visibles par l'utilisateur. Aussi leur aspect et leur capacité à s'intégrer dans les décors, au-delà de leur strict rôle fonctionnel, est un facteur essentiel de choix par l'utilisateur ou le prescripteur (architecte, décorateur ou autre). Pour cette raison, les fabricants donnent une finition ou un habillage homogène à ces produits qui repose en général sur l'utilisation de plaques et d'enjoliveurs largement communs. Cette demande des utilisateurs finaux est également reflétée par les grossistes, qui se voient obligés d'offrir à leurs clients des séries complètes de prises et interrupteurs ayant un design commun. Il est peu vraisemblable qu'un monopoliste hypothétique des gammes homogènes de produits qui augmenterait le prix d'un produit particulier verrait la demande pour ce produit basculer vers un producteur mono produit. Il n'existe d'ailleurs pas de producteur mono produit ou qui ne proposerait pas de gammes homogènes. Aussi les fabricants, pour être présents sur le marché, doivent ils être en mesure d'offrir une ou plusieurs série(s) complète(s) au design commun.
313. La Commission conclut dès lors qu'aux fins de la présente procédure, les prises de courant et interrupteurs simples ainsi que les télérupteurs, les minuteries et les variateurs appartiennent à un seul et même marché pertinent de produits.

Prises téléphoniques traditionnelles

314. Les prises téléphoniques traditionnelles répondent à un besoin spécifique, à savoir assurer le branchement de téléphones et autres appareils de télécommunication (télécopieur, modem). A l'heure actuelle, ces prises sont seulement destinées au marché résidentiel, puisque dans des bâtiments tertiaires, le branchement des appareils de télécommunication est largement assuré par des prises VDI, qui peuvent être utilisées en même temps pour connecter des ordinateurs et des appareils de télécommunication au sein d'un réseau local de communication. Les prises téléphoniques traditionnelles obéissent aux spécifications établis par les opérateurs de télécommunications. Ceci les distinguent des prises de courant standard et des prises télévision. Contrairement aux prises VDI, elles n'intègrent pas de composants électroniques.
315. Cependant, les parties expliquent que les prises téléphoniques traditionnelles font appel aux mêmes technologies que les prises de courant (moulage thermoplastique, découpage, décolletage etc.). Elles feraient partie des gammes de prises et interrupteurs commercialisées par les fabricants d'appareillage du "segment 5.A.1" et seraient souvent installées simultanément par le même installateur électricien qui s'occupe de l'installation de l'équipement courant fort. Cette affirmation des parties ne peut être soutenue que pour les fabricants de prises et interrupteurs comme Schneider et Legrand, qui offrent dans leurs catalogues des gammes de ces produits qui incluent aussi des prises téléphoniques. Par contre, à côté de ces fabricants de gammes de prises et interrupteurs il existe aussi des fabricants de prises téléphoniques traditionnelles spécialisées comme le groupe 3 M (Pouyet, Quante), Krone ou Forgos, qui ne disposent pas de gammes complètes de prises et interrupteurs.
316. La question de savoir si les prises téléphoniques traditionnelles font partie du marché des prises et interrupteurs standards ou doivent être considérées comme un marché de

produit distinct ne doit toutefois pas être tranchée. L'analyse du point de vue de la concurrence serait la même dans les deux hypothèses.

Prises télévision

317. Comme les prises téléphoniques traditionnelles, les prises télévision sont des produits répondant à un besoin spécifique, à savoir assurer le branchement des appareils télévision. Elles sont destinées au marché résidentiel uniquement. Les prises télévision doivent se conformer aux spécifications établies par les compagnies de diffusion de télévision, ce qui les distingue des prises de courants, des prises téléphone et des prises VDI.
318. Les parties avancent que les prises télévision font appel aux mêmes technologies que les prises de courant (moulage thermoplastique, découpage, décolletage, etc.). Dans la mesure où elles sont commercialisées par les fabricants généralistes de prises interrupteurs, elles seraient intégrées dans leurs gammes de prises et interrupteurs. Elles seraient souvent installées simultanément par le même installateur électricien qui s'occupe de l'installation de l'équipement courant fort. Cette affirmation des parties est contredite par le fait que les fabricants de prises télévision sont pour la plupart des entreprises spécialisées qui ne sont pas actives dans l'appareillage courant fort, comme par exemple Philips, Bosch ou Hirschmann.
319. Cependant, la question de savoir si les prises télévision font partie du marché des prises et interrupteurs standards ou doivent être considérées comme un marché de produit distinct ne doit pas être tranchée. L'analyse du point de vue de la concurrence serait la même dans les deux hypothèses.

Prises VDI

320. Les parties considèrent les prises VDI comme faisant partie du marché des produits de connexion pour réseaux de communication. Néanmoins, elles vendent aussi des prises VDI dans leur gammes de prises et interrupteurs, et les données de marché sur les prises et interrupteurs fournies par les parties à la Commission incluent les prises VDI vendues au sein de ces gammes.
321. Les prises VDI sont utilisées pour connecter des systèmes d'information et de communication. Au-delà de leur vocation première, la transmission des données (d'où la dénomination "prises informatiques" ou "prises de données"), elles couvrent tous les besoins de téléphonie en réseau tertiaire par comparaison avec des usages simples, domestiques, et certaines applications de vidéo liées aux sources de type informatique, grâce aux technologies du numérique. Elles font partie non pas du système de distribution électrique, mais du réseau de communication entre postes de travail voisins à l'intérieur du bâtiment (LAN : *local area network*), principalement dans des applications commerciales. Il s'ensuit qu'elles répondent à un besoin spécifique et différent des autres catégories de prises (comme les prises de courant, prises téléphoniques traditionnelles, prises télévision, etc.) et ne sont pas substituables du côté de la demande avec celles-ci.
322. De surcroît, les prises VDI font appel à une technologie différente des prises de courant, des prises télévision et des prises téléphoniques traditionnelles. Leurs principaux composants sont les différents types (configurations) de connecteurs qui servent à

satisfaire les besoins des prescripteurs, en fonction des standards développés par les fabricants d'équipement informatique (RJ 11, RJ 12, RJ 45, Twinax, Thinnet, BNC, ACO, SUBD 9, SUBD 15, SUBD 25 et autres). Les prises VDI sont des produits installés par des spécialistes ou électriciens formés spécifiquement aux exigences de ces réseaux, qui demandent une maintenance ainsi que des modifications fréquentes.

323. Un nombre important d'acteurs sur le marché des prises VDI sont des fabricants spécialisés comme Infra+, Lucent, Alcatel, Tyco et autres, qui ne sont pas actifs sur le marché des prises et interrupteurs standard et, par conséquent, ne proposent pas de gamme à l'esthétique homogène. La fabrication des prises VDI est spécifique et ne peut pas être faite sur des moyens convertis. L'enquête menée par la Commission auprès des tiers a confirmé qu'un fabricant de prises de courant standard ainsi qu'un fabricant d'une autre catégorie des prises courant faible (prises téléphoniques traditionnelles ou télévision) ne peut commencer la fabrication de prises informatiques sans coûts et délai supplémentaires considérables. De ce fait, les prises informatiques ne sont substituables ni du point de vue de la demande ni du point de vue de l'offre avec les prises standards, les prises téléphoniques traditionnelles ou les prises télévision.
324. La Commission conclut, dès lors, que les prises informatiques ne font pas partie du marché des prises et interrupteurs standards.

Appareillage étanche

325. La catégorie des appareillages étanches contient des prises et interrupteurs ayant, par leur construction ou par leur mise en situation, la capacité de résister à des environnement agressifs (principalement l'humidité, mais aussi les poussières et les chocs), par exemple dans des salles de bain, des garages et des caves, à l'extérieur d'un bâtiment, dans des bâtiment industriels, sur des chantiers, etc.
326. Les parties considèrent que l'appareillage étanche fait partie du marché des prises et interrupteurs. Il existerait entre l'appareillage étanche et les prises et interrupteurs standard une identité fonctionnelle parfaite, à savoir fournir l'accès à la source électrique. De plus, les deux types d'appareillages auraient, hormis le degré d'étanchéité, des caractéristiques strictement identiques, et la technologie et le processus de fabrication seraient également identiques. Enfin, l'installation se ferait en même temps que celle des appareillages ordinaires par les mêmes électriciens et dans les mêmes bâtiments.
327. Cependant, il faut tout d'abord constater que les appareillages étanches répondent à un besoin spécifique et ne sont donc pas substituables du point de vue de la demande aux prises et interrupteurs standard.
328. De plus, il n'existe pas de substituabilité du côté de l'offre entre les prises et interrupteurs standards et les appareillages étanches. Ainsi, les parties ont indiqué que le développement de l'enveloppe étanche représente, à lui seul, environ [0-50]*% du coût et [0-50]* % du temps de développement d'une série complète de prises et interrupteurs *ex nihilo*. Legrand aurait dépensé [10-60]* millions € et consacré presque [1-4]* ans (études préalables comprises) pour la série PLEXO à partir de mécanismes existants, contre [20-

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

70]* millions € et [3-5]* ans au moins pour une série complète.¹⁰¹ Selon Infra+, société spécialisée dans la fabrication de composant pour réseaux informatiques, pour faire une seule prise résistante à l'eau, il serait nécessaire d'à peu près doubler l'investissement en outils et de calculer un temps de développement d'un an.¹⁰² L'enquête menée par la Commission auprès des tiers a aussi confirmé qu'un fabricant de prises et interrupteurs standard ne peut commencer à fabriquer de l'appareillage étanche sans coûts et délais supplémentaires considérables.

329. Dans leur réponse à la Communication de griefs, les parties ont contesté cette analyse de la Commission. Elles ont fait valoir que les appareillages étanches seraient complémentaires des autres prises et interrupteurs, et que chaque gamme de prises et interrupteurs offrirait une solution étanche au même design, aux mêmes dimensions et aux mêmes caractéristiques.

330. Or, en règle générale, des produits non substituables mais complémentaires n'appartiennent pas au même marché de produits¹⁰³. Les prises et interrupteurs standard et étanches servent à des besoins différents, et une installation donnée peut comprendre soit uniquement à des prises et interrupteurs standards (par exemple dans un appartement), soit utiliser en même temps des appareillages standards et étanche (par exemple pour une maison où des prises étanches sont installées dans la cave ou à l'extérieur), soit se prévaloir uniquement d'appareillages étanches (par exemple dans un bâtiment industriel).

331. Les parties affirment aussi que tous les fabricants notoires de prises et interrupteurs commercialiseraient aussi des appareillages étanches. Si cet argument est valable pour les concurrents cités par les parties, il convient toutefois de noter que tel n'est pas le cas de Sarel, une filiale de Schneider qui fabrique, à côté d'autres produits (interrupteurs différentiels, matériel de fixation et de dérivation), une gamme d'appareillages étanches et s'appelle même dans son catalogue " le spécialiste de l'étanche ".¹⁰⁴ La demande peut donc être satisfaite par une offre dédiée.

332. Il s'y ajoute qu'en Espagne, les positions de marché des principaux concurrents sont fortement différentes sur le marché des prises et interrupteurs standard et sur celui de l'appareillage étanche. Legrand est seulement numéro 2 avec [10-20]* % de part de marché (après Simon avec [40-50]*%) dans les prises et interrupteurs standard, mais tient la position de market leader sur l'appareillage étanche avec une part de marché d'au moins [40-50]*%.

333. Les parties mettent également en cause la constatation de la Commission que les appareillages étanches et standards ne sont pas substituables du côté de l'offre, en faisant valoir que la fabrication et la commercialisation d'une simple enveloppe superposée à la prise ou l'interrupteur ne requerrait pas une technologie importante, et que le délai d'une

¹⁰¹ Réponse du 10 juillet 2001, question 15.

¹⁰² Réponse du 18 juin 2001.

¹⁰³ Dans la décision de la du 28 septembre 1992, IV/M.256 – Linde / Fiat, citée par les parties pour soutenir leur thèse, la Commission s'est basé sur des considérations de complémentarité du côté de la demande et de substituabilité du côté de l'offre, mais a laissé ouverte la définition exacte du marché de produit.

¹⁰⁴ Catalogue Sarel 2001, p. 6.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

année nécessaire, selon Infra+, pour un fabricant de prises et interrupteurs standards pour la réalisation d'appareillages étanches serait nettement plus court que pour une série normale (2 à 4 ans).

334. Cependant, l'affirmation que le développement et la commercialisation de toute une série nouvelle de prises et interrupteurs *ex nihilo* nécessiterait un délai encore plus long que le développement d'une série étanche à partir d'une série standard ne peut infirmer la conclusion qu'il n'y a pas substituabilité du côté de l'offre. En effet, le fabricant d'un produit voisin ne peut exercer un effet de discipline sur le comportement concurrentiel des entreprises en cause que s'il peut réorienter sa production vers le produit en cause et le commercialiser à court terme sans encourir aucun coût ni risque supplémentaire substantiel en réaction à des variations légères, mais permanentes, des prix relatifs.¹⁰⁵
335. La non-substituabilité du côté de l'offre entre les appareillages standard et étanches est d'ailleurs illustrée par le fait qu'Eunea Merlin Gerin, filiale espagnole de Schneider, commercialise en même temps des gammes d'appareillages standard et étanches, mais ne produit elle-même que les prises et interrupteurs standard, tandis que l'appareillage étanche est fabriqué par Sarel en France.
336. Enfin, les parties citent plusieurs tiers interrogés par la Commission dans le cadre de l'enquête qui auraient souscrit à la thèse selon laquelle l'appareillage étanche appartiendrait au marché des prises et interrupteurs. Cependant, les tiers cités dans la réponse des parties n'ont pas infirmé les faits découverts par la Commission dans le cours de son enquête, tandis que d'autres tiers, tel que Siemens¹⁰⁶, ont expliqué clairement que ces deux types de produits ne sont pas substituables du côté de l'offre.
337. La Commission conclut, dès lors, que les appareillages étanches forment un marché pertinent de produits séparé.

Systemes de contrôle

338. Les systèmes de contrôle sont des systèmes qui pilotent une application spécifique dans une zone particulière d'un bâtiment (par exemple une pièce, un bureau, un étage ou un bâtiment). Les trois principales applications concernées sont le chauffage, l'éclairage et l'air conditionné.
339. L'enquête approfondie de la Commission a démontré que même dans l'hypothèse où chacune des différentes catégories de produits serait à considérer comme un marché de produit distinct, l'opération notifiée ne soulèverait pas de problème de concurrence. Dès lors, la définition exacte du ou des marché(s) de produit de cette catégorie peut être laissée ouverte.

¹⁰⁵ Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, point 20.

¹⁰⁶ Réponse du 22 juin 2001.

Systemes de sécurité et de protection

Introduction

340. Les systèmes de sécurité et de protection ont pour objet de protéger les personnes et les biens en émettant les signaux d'alarmes appropriés en cas d'urgences, ou en fournissant un éclairage de secours en cas de défaillance du secteur. Les applications principales de ces systèmes sont :

- pour la protection des personnes : les systèmes de détection incendie et les systèmes d'éclairage de sécurité (qui contiennent les blocs autonomes d'éclairage de sécurité et les systèmes d'éclairage de sécurité pour sources centrales) ;
- pour la protection des biens : les systèmes de détection d'intrusion et systèmes de contrôle d'accès.

341. Selon les parties, tous les systèmes de sécurité doivent être considérés comme formant un seul marché de produit, puisqu'ils assurent tous la sécurité. Les différents composants des systèmes de sécurité auraient certaines fonctions qui concourraient toutes à une des deux fonctions de base (protection des personnes ou protection des biens) et seraient donc complémentaires. En plus, la cohérence du marché serait largement garantie par la réglementation qui imposerait l'utilisation conjointe des divers types de systèmes de sécurité. Ce marché de produit n'inclurait pas les produits destinés à offrir une protection physique (telles que des portes de protection, des portes coupe-feu) ou des systèmes de lutte (par exemple les extincteurs automatiques d'incendie). En cours de l'enquête, les parties ont pourtant admis qu'une distinction doit être faite entre un marché des systèmes de protection des biens et un marché de systèmes de protection des personnes.

342. Pour les raisons exposées ci-dessous, l'enquête approfondie menée par la Commission dans le cadre de la procédure de seconde phase a montré qu'il existe un marché de produit distinct concernant les systèmes d'éclairage de sécurité.

343. En ce qui concerne les autres catégories de systèmes de sécurité et à l'exclusion des systèmes d'éclairage de sécurité, la définition exacte du marché de produits peut rester ouverte, parce que quelle que soit la définition de marché, l'opération notifiée ne soulèverait pas de problème de concurrence.

Eclairage de sécurité, détection d'incendie et autres systèmes de sécurité

344. Les systèmes d'éclairage de sécurité sont destinés à fournir un éclairage de secours en cas de défaillance du secteur, permettant ainsi l'évacuation des personnes si besoin est. Parmi les systèmes d'éclairage de sécurité, il convient de distinguer deux solutions alternatives basées sur des technologies différentes :

- Les blocs autonomes d'éclairage de sécurité (BAES), qui ont leurs propres batteries dans l'enveloppe qui les contient.
- Les blocs d'éclairage sans batteries, raccordés à une source centrale qui leur fournit l'énergie pour fonctionner.

345. Les systèmes de protection des personnes (qui incluent les systèmes d'éclairage de sécurité et les systèmes de détection incendie) ne sont pas substituables du côté de la demande avec les systèmes de protection des biens, puisque ces différents systèmes répondent à des besoins fondamentalement différents. Ainsi, les systèmes de protection de biens sont utilisés dans tous les secteurs d'activité, du milieu résidentiel aux grands bâtiments tertiaires, et sont normalement de caractère volontaire, sauf dans le cas de bâtiments où le risque est élevé (par exemple les banques ou les musées). En revanche, selon l'information fournie par les parties, la détection incendie et l'éclairage de sécurité sont utilisés dans les établissements recevant du public et sont en règle générale obligatoires. Il en ressort que, du point de vue de la demande, les systèmes de protection des personnes et les systèmes de protection de biens ne peuvent être intégrés dans un même marché de produit. Ce point de vue est d'ailleurs partagé par les parties.
346. Or, les parties soutiennent dans leur réponse à la Communication de griefs que les systèmes d'éclairage de sécurité et les systèmes de détection incendie font partie d'un même marché, celui des systèmes de protection des personnes.
347. A cet égard, il faut d'abord noter que les systèmes d'éclairage de sécurité remplissent une fonction différente de celle des systèmes de détection incendie, même si, comme l'indiquent les parties, ces deux types de systèmes sont "synergiques" dans la mesure où l'éclairage de sécurité intervient en complément du signal d'évacuation générale délivrée par le système de détection incendie en cas de sinistre. Ils ne sont donc pas substituables du côté de la demande.
348. Dans leur réponse, les parties avancent cependant que la fonction commune de l'éclairage de sécurité et la détection incendie serait "la protection et la sécurité des personnes", et que ces deux types de systèmes seraient en outre complémentaires. Cependant, l'existence d'une finalité ultime commune comme "la sécurité des personnes", que les systèmes en question partagent d'ailleurs avec une multitude d'autres produits et systèmes, ne suffit pas pour ranger ces deux types de systèmes dans un même marché de produit. La même conclusion doit être tirée de l'argument de leur complémentarité, comme il l'a été expliqué plus haut en ce qui concerne l'appareillage étanche.
349. De plus, il convient de noter que peu de fabricants ont des positions de marché considérables en même temps dans le domaine des systèmes d'éclairage de sécurité et dans le domaine des autres catégories de systèmes de sécurité comme la détection incendie. Bien que, comme l'indiquent les parties dans leur réponse, nombre d'acteurs ont des activités dans les deux segments, leurs positions de marché y sont souvent très différentes. Selon l'estimation d'un tiers, des cinq plus importants fabricants de systèmes de détection incendie et intrusion en France, seul Legrand figure aussi parmi les cinq principaux fabricants systèmes d'éclairage de sécurité. De plus, le principal concurrent dans le marché de la détection incendie en France comme en Europe, Siemens/Cerberus, n'a aucune activité dans le domaine de l'éclairage de sécurité.
350. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties font valoir que Schneider a pu augmenter ses ventes de systèmes de détection incendie après avoir étendu son offre avec des systèmes d'éclairage de sécurité, et que le même phénomène en sens inverse a pu être constaté en ce qui concerne Cooper France. L'exemple précité de Siemens/Cerberus montre pourtant que la possibilité d'offrir en même temps des systèmes de détection incendie et d'éclairage de sécurité, même si elle peut donner un avantage concurrentiel, n'est pas à

ce point essentielle que les deux types de systèmes puissent être classés dans un même marché de produit.

351. En ce qui concerne la substitution du côté de l'offre, il faut noter que les différents composants de systèmes de détection incendie (détecteurs de fumée, bris de glace, centrales, avertisseurs sonores et messagerie et fermeture de portes coupe-feu), de détection intrusion (détecteurs de présence, détecteurs de bris de glace ou de choc, détecteurs d'ouverture, centrales, sirènes et transmetteurs téléphoniques) et de contrôle d'accès (portiers audio et vidéo, caméras, écrans de visualisation et claviers codés) ne sont en aucune manière interchangeables aux BAES et aux composants de systèmes d'éclairage pour sources centrales (blocs d'éclairage pour sources centrales et sources centrales d'alimentation).
352. A cet égard, les parties, dans leur Mémoire en Réponse, soutiennent seulement que tous les systèmes de sécurité répondent aux principes de base qui sont la détection et l'avertissement, et que les technologies utilisées dans la fabrication des systèmes d'éclairage de sécurité et des systèmes d'alarme incendie sont proches les unes des autres. Or, cette affirmation d'ordre général qui n'a pas été explicitée par les parties ne suffit pas pour constater que les systèmes en question seraient substituables du côté de l'offre.
353. L'enquête approfondie menée par la Commission auprès des tiers a démontré qu'un fabricant de système de détection incendie ne peut commencer à fabriquer du matériel d'éclairage de sécurité sans coûts et délais supplémentaires considérables. Par exemple, un concurrent a indiqué que les technologies exploitées pour les systèmes d'alarme détection incendie, d'une part, et les systèmes d'éclairage de sécurité, d'autre part, sont très différents. Le passage pour un fabricant de l'un à l'autre nécessiterait de très lourds investissements et une approche d'environ 18 mois pour espérer commercialiser les premiers produits.¹⁰⁷
354. Cette constatation de la Commission n'a pas été mis en question par les parties dans leur Mémoire en Réponse. Celles-ci font seulement valoir qu'une période de 18 mois doit être considérée comme un cycle de création normale d'un produit. Ceci ne crée cependant pas une possibilité de substitution du côté de l'offre immédiate et efficace dont l'effet serait équivalent à celui de la substitution du côté de la demande.¹⁰⁸
355. L'éclairage de sécurité ne peut donc pas être considéré comme faisant partie du même marché de produit pertinent que la détection incendie. La Commission conclut donc que les systèmes d'éclairage de sécurité doivent être considérés comme un marché de produits distinct.

Éléments de connexion pour réseaux de communication

356. La catégorie des éléments de connexion pour réseaux de communication, telle qu'elle est présentée par les parties, est constituée par les composants passifs intégrés dans un réseau informatique au niveau d'un bâtiment ou d'un étage. Il s'agit principalement des

¹⁰⁷ Cooper Menvier S.A., réponse au questionnaire concurrent phase II (segment 5) du 29 juin 2001.

¹⁰⁸ Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, point 20.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

différents connecteurs informatiques de toute nature (y inclus les prises VDI), des câbles de connexions ainsi que des armoires de brassage et de leurs composants.

357. L'enquête approfondie de la Commission a démontré que même dans l'hypothèse où chacune des différentes catégories de produits serait à considérer comme un marché de produit distinct, l'opération notifiée ne soulèverait pas de problème de concurrence. Dès lors, la définition exacte du ou des marché(s) de produit pertinent de cette catégorie peut être laissée ouverte.

B.3.2 Définition des marchés géographiques

Prises et interrupteurs standards

Introduction

358. Selon les parties, la dimension géographique du marché pour la vente de prises et interrupteurs est nationale. Les parties ont néanmoins indiqué dans la notification que plusieurs tendances qui se manifesteraient sur ce marché le pousseraient vers une internationalisation.

359. La dimension nationale des marchés s'explique par des barrières à l'entrée considérables entre les différents marchés nationaux. Ces barrières sont causées principalement par le cadre normatif applicable et les traditions (notamment esthétiques) des utilisateurs finaux et prescripteurs. Tous ces facteurs se reflètent dans la réalité actuelle du fonctionnement du marché, en termes de la présence de différents acteurs (fabricants, distributeurs, etc.), de leurs marques et de leurs références de produits vendues sur le marché ainsi que des prix.

Cadre normatif

360. Le cadre normatif applicable aux prises et interrupteurs est caractérisé par un degré d'harmonisation moins avancé que pour les autres produits de distribution électrique comme, par exemple, les composants de tableaux électriques.

361. Pour les prises de courant, il existe, à côté des normes constructives (comme par exemple : CEI 60884-1 - norme internationale - et HD 60884-1 - norme européenne), qui portent sur les performances et la sécurité des prises et sont incluses dans le texte des normes nationales, des normes nationales spécifiques pour le brochage des prises. Le brochage concerne l'écartement des zones de connexion électrique. Les normes de brochage diffèrent d'un Etat membre à l'autre et dans le court et moyen terme ne semblent pas devoir faire l'objet d'une harmonisation au niveau international ou européen.

362. Il y a trois principaux systèmes usuels de brochage pour les prises ordinaires à l'intérieur de l'EEE. Le brochage dit "franco-belge" est utilisé en France, en Belgique et dans quelques zones limitrophes en Espagne. Le brochage dit "Schuko" est utilisé en Allemagne, dans les pays nordiques, en Autriche, en Espagne, au Portugal, aux Pays-Bas et en Grèce, et le brochage dit "British Standard" est utilisé au Royaume-Uni et en Irlande. Le Danemark et l'Italie utilisent des standards propres, étant entendu qu'en Italie,

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

à côté du standard italien, des prises Schuko sont utilisées comme prises à détrompage.¹⁰⁹

363. Le tableau 16 ci-dessous donne les normes de brochage applicables dans les Etats membres de l'EEE et les standards auxquels elles appartiennent:

Tableau 16

Pays	Désignation usuelle	Norme nationale
Belgique	Franco-Belge	NBN 61112
Allemagne	Schuko	VDE 0624
Danemark	Danois	DK 107-2-D1
Espagne	Schuko	UNE 20-315-94
France	Franco-Belge	NF C 61-303/320
Finlande	Schuko	
Grèce	Schuko	ELOS 294
Italie	Italien	CEI 23-16
Irlande	Britannique	IS 180
Luxembourg	Schuko	
Pays-Bas	Schuko	NEN 1020
Portugal	Schuko	NP 1260
Royaume-Uni	Britannique	BS 1363
Norvège	Schuko	NEMKO 31/68
Suède	Schuko	SEMKO 107

Source : parties.

364. La différence dans les normes de brochage applicable dans les différents Etats membres de l'EEE fait que les prises de courant appartenant à un système ne peuvent pas être utilisées dans un pays qui suit un autre système de brochage.

365. Par contre, l'hypothèse que l'existence de différentes normes de brochages à l'intérieur d'un Etat membre mènerait à une segmentation géographique des marchés plus affinée que nationale ne s'est pas vérifiée. En effet, dans deux Etats membres de l'EEE, l'Espagne et l'Italie, il existe deux normes de brochages parallèles. Cependant, dans chacun de ces deux pays, une norme est largement dominante (pour l'Italie, la norme CEI 23-16 avec 92 % ; pour l'Espagne, la norme Schuko avec 95 %), la seconde norme étant confinée à des applications très spécifiques (Italie : la prise Schuko est utilisée comme une prise à détrompage dans l'ensemble du pays) où son utilisation étant limitée à des régions frontalières (la norme franco-belge en Espagne).

366. Comme pour les autres produits de distribution basse tension, la commercialisation des prises et interrupteurs est dans la pratique soumise à une attestation de conformité des produits à une marque nationale de qualité, délivrée par l'organisme national de certification compétent à la demande du fabricant. Selon les parties, l'obtention d'une première marque de qualité dans un pays prend entre [2-7]* mois et coûte environ [1 000 - 5 000]* € par référence. Dans la mesure où il existe un accord de reconnaissance mutuelle entre les organismes de certification concernés, les marques de qualité dans les autres pays concernés sont obtenues par une procédure administrative sans que les essais doivent être refaits. Or, pour les prises de courant, des accords de reconnaissance

¹⁰⁹ Il s'agit d'un brochage différent du standard qui particularise un point de branchement et a pour fonction d'éviter de connecter certains appareils qui pourraient injecter des parasites dans le circuit concerné.

mutuelle n'existent qu'à l'intérieur d'une zone de système de brochage (par exemple zone Schuko).¹¹⁰

Habillage

367. L'enquête a également confirmé que l'habillage (esthétique et nature physique de la commande) et le design des prises et interrupteurs varient selon les Etats membres. Comme les prises et interrupteurs sont les principales parties de l'équipement électrique qui sont visibles, les traditions de goût nationales ont une influence déterminante pour le choix des utilisateurs. Par exemple, au Danemark, l'habillage spécifique développé par LK (la filiale danoise de Schneider / Lexel) s'est imposé comme quasi-standard parce qu'il est considéré comme répondant au sens d'esthétique national.

Prises téléphoniques et télévision

368. En ce qui concerne les *prises téléphoniques traditionnelles*, il a déjà été évoqué que celles-ci se caractérisent par le fait qu'elles obéissent aux spécifications historiques des opérateurs nationaux de télécommunications. Par conséquent, elles sont distinctes d'un Etat membre à l'autre par leur configuration de brochage. En plus, elles sont intégrées dans des gammes dont le design et l'esthétique (forme, couleur) sont conçus pour répondre aux goûts nationaux.

369. Les *prises télévision*, elles aussi, sont intégrées dans des gammes conçues pour répondre aux goûts nationaux. Bien que la partie brochage des prises télévision soit normalisée par les normes EN 50083-1, EN 50083-4 et EN 50083-7 au niveau européen, il existe des standards nationaux différents pour les socles.¹¹¹

Présence des acteurs et des marques

370. Les différences en termes de normes de brochages et traditions d'habillage et d'esthétique se traduisent par des différences significatives de la présence des différents acteurs et des prix de leurs produits dans les différents Etats membres.

371. Tout d'abord, la présence des différents fabricants sur le marché varie considérablement d'un Etat membre de l'EEE à l'autre. Ainsi, Legrand a des positions de marché considérables en France, en Italie, en Grèce et au Portugal et d'un moindre degré en Autriche, Belgique, Espagne, Irlande et au Royaume-Uni. En revanche, cette société est absente ou presque des marchés allemands et néerlandais ainsi que des Pays nordiques.

372. Schneider, par sa filiale Lexel, est très fortement positionné dans les Pays nordiques, mais a des positions de marché moindres dans la plupart des autres Etats membres, notamment l'Autriche, la Belgique, l'Allemagne, l'Espagne, la France et la Grèce, et est complètement absent des marchés irlandais et néerlandais.

¹¹⁰ Réponse des parties du 21 juin 2001, question 149.

¹¹¹ Les standards suivants ont été indiqués par les parties (réponse du 10 juillet 2001, question 10): TAE en Allemagne, TDO en Autriche, RTT en Belgique, RITA au Portugal, RJ 12 en Espagne, RJ 11 en Grèce et en Italie et BS au Royaume-Uni.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

373. Des principaux concurrents des parties, seul ABB est assez bien positionné dans la plupart des Etats membres (mais pas en Belgique, au Danemark, en France, en Grèce, au Portugal et au Royaume-Uni). Siemens est présent dans trois Etats membres (Autriche, Allemagne et Grèce). Hager n'a une position significative qu'au Royaume-Uni. Tous les autres acteurs sur les différents marchés sont des fabricants locaux, qui néanmoins peuvent avoir des parts de marchés considérables dans leurs pays respectifs (comme par exemple Niko en Belgique ou Simon en Espagne).
374. La présence d'un même fabricant sur différents marchés nationaux ne signifie toutefois pas des conditions homogènes de concurrence. En effet, un fabricant est souvent représenté par des marques différentes, appartenant par exemple à des sociétés locales qui, à un moment donné, ont été rachetées par un fabricant international. Ainsi, la présence de Schneider sur le marché des prises et interrupteurs est essentiellement liée à sa filiale Lexel, rachetée en 1999, qui, de son côté, opère par des filiales locales comme Alombard (France), Eljo (Suède), Strömfors (Finlande) et autres. Legrand opère sous la marque Legrand en France, en Belgique et en Italie. Les produits de BTicino, filiale italienne de Legrand, sont vendus sous cette marque en Italie et, à un moindre degré, aussi en France et dans d'autres pays. ABB utilise, à côté de la marque ABB, des marques locales en Allemagne (BJE), en Espagne (Niessen) et en Italie (Vimar).
375. En ce qui concerne les fabricants de *prises télévision* qui ne sont pas actifs dans l'appareillage courant fort, l'information fournie par les parties indique que leur présence sur le marché varie aussi considérablement de pays en pays, même si l'on peut identifier à côté d'acteurs locaux un certain nombre d'entreprises présentes sur plusieurs ou la majorité des marchés nationaux (comme Philips, Kathrein, Hirschmann, Triax).
376. Une fragmentation encore plus accentuée peut être constatée en ce qui concerne le marché de la distribution. Comme cela a été exposé précédemment, les grossistes, par lesquels la plus grande partie des prises et interrupteurs sont distribués, sont organisés à une échelle nationale, voire souvent même régionale ou locale.

Références de produits et prix

377. En ce qui concerne les produits effectivement vendus, il résulte des informations fournies par les parties que dans chaque catégorie de produit, les références les plus vendues par Schneider et Legrand dans les différents Etats membres varient de manière considérable d'Etat à Etat. Un nombre considérable de références les plus vendues dans un Etat membre donné ne sont pas du tout offertes dans tous ou dans la plupart des autres Etats. Ainsi, Schneider n'a pas indiqué une seule référence qui figurerait parmi les cinq références les plus vendues dans plus qu'un seul Etat membre, et a expliqué cette constatation par les "habitudes locales".¹¹² Legrand a identifié au total 151 références de prises de courant, interrupteurs et variateurs (y inclut l'appareillage étanche) qui figurent parmi les cinq références les plus vendues dans au moins un Etat membre, dont seulement deux références se trouvent parmi les cinq références les plus vendues dans trois différents pays, tandis que huit références figurent parmi les plus vendues dans

¹¹² Voir tableau fourni en annexe à la réponse à la question 139 du 21 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

deux Etats.¹¹³ Il faut cependant noter que parmi lesdites références, aucune n'est vendue en France, marché où la position de Legrand est la plus forte.

378. Les prix des produits concernés varient considérablement d'Etat membre en Etat membre, ainsi que le montre le tableau 17 ci-dessous qui reproduit des moyennes fournies par les parties de prix sur des références diverses :

Tableau 17

Espagne	100
Portugal	***
France	
Italie	****
Royaume-Uni	****

Base : Espagne = 100. Prix de vente pour l'année 2000

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

379. Le tableau précédent ne tient pas compte du fait que la plupart des références de produits effectivement vendus dans les différents Etats membres de l'EEE ne sont pas identiques. Cependant, la comparaison des prix de références vendues dans plusieurs Etats membres conduit à constater des écart de prix significatifs. A titre d'exemple, les références de prises et interrupteurs Legrand qui figurent parmi les 5 références les plus vendues dans plus d'un seul Etat membre, les différences constatées entre les prix nets moyens sont les suivantes :¹¹⁴

Tableau 18

Référence	Pays où le prix est le plus élevé	Pays où le prix est le plus bas	Ecart de prix (%)
-----------	-----------------------------------	---------------------------------	-------------------

¹¹³ Voir document intitulé „Annexe LPR“ fourni en réponse à la question 139 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹¹⁴ Source: document „Annexe LPR“ (voir note de bas de page 102)

[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

Conclusion

380. Les marchés pertinents pour la vente de prises et interrupteurs sont donc de dimension nationale.

Appareillage étanche

381. A en croire les parties qui intègrent les appareillages étanches dans le marché des prises et interrupteurs standards, le marché géographique est national. En effet, la dimension géographique du marché de l'appareillage étanche doit être considérée comme nationale pour des raisons essentiellement identiques à celles pertinentes pour le marché des prises et interrupteurs standards.

382. De plus, il convient de mentionner que les habitudes d'installation dans les différents Etats membres sont variables. Par exemple, elles requièrent d'installer les appareillages en saillie ou en encastré, ou à utiliser des IP (indicateur du degré d'étanchéité requise) différents en fonction des pays pour une même application. Ainsi, pour un même local, en France l'IP 55, en zone Schuko l'IP 44 et en zone British Standard l'IP 56 sont usuels, le chiffre IP plus élevé indiquant le plus haut degré d'étanchéité. Ces différentes habitudes ont pour conséquence que les produits fabriqués pour le marché d'un pays où un IP plus faible est accepté ne peuvent pas être vendus dans un pays à IP plus fort, tandis que les produits à IP plus forts pourraient être trop chers pour être commercialisés à une large échelle dans un pays qui ne requiert qu'un IP plus faible.

383. Ainsi, les produits vendus dans les différents Etats membres varient fortement entre les différentes zones de brochages. Des cinq références les plus vendues de Legrand en Allemagne (pays de la zone Schuko), quatre comptent aussi parmi les cinq références les plus vendues en Autriche (aussi appartenante à la zone Schuko), mais aucune parmi celles en France ou au Royaume-Uni, pays qui requièrent un IP nettement plus élevé.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

384. Dans la mesure où les mêmes références de produits sont vendues dans plusieurs pays, leurs prix varient en partie de façon considérable. Le tableau suivant montre par exemple les prix de vente des cinq premières références Legrand en France dans les autres Etats membres où ces références figurent parmi les cinq plus vendues :

Tableau 19

Référence (prix en €)	B	E	F	I	IRL	L	P
[...]* Prix moyen de vente			*	*		*	
[...]* Prix moyen de vente		*	*		*		*
[...]* Prix moyen de vente		*	*				*
[...]* Prix moyen de vente	*		*			*	
[...]* Prix moyen de vente			*				

Source : information fournie par les parties.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

Systèmes d'éclairage de sécurité

385. Selon les parties, le marché des systèmes de sécurité et de protection est de dimension européenne, voire plus large. Les parties expliquent que le besoin auquel répondraient ces systèmes serait présent de manière constante en Europe et dans tous les pays développés. Les sociétés impliquées dans les métiers de la sécurité seraient actives dans plusieurs pays européens dont les réglementations seraient proches et convergentes.

386. Cependant, il faut noter que les produits d'éclairage de sécurité sont installés dans des lieux destinés à accueillir du public. Ils sont donc soumis aux réglementations nationales relatives aux bâtiments destinés à accueillir du public, qui, dans certains pays au moins, ont pour conséquence des déviations des normes harmonisées applicables.

387. La norme européenne applicable à l'éclairage de sécurité est la norme EN 60598-2-22, transcription de la norme internationale CEI 60598-2-22 et applicable dans tous les Etats membres de l'EEE. Cependant, en France, une déviation nationale existe, mentionnée dans la norme européenne. Cette déviation résulte de l'arrêté du 2 octobre 1978 relatif aux établissements recevant du public (ERP) et concerne la tenue de température, le positionnement par rapport aux autres matériels électriques et l'indépendance des circuits d'alimentation.¹¹⁵

388. Comme pour les autres produits d'équipement électrique basse tension, il existe des marques de qualité issues des organismes de certification nationaux. Cependant, contrairement aux autres produits concernés, l'obtention de cette marque est obligatoire dans certains Etats membres dont la France. Ceci implique en France des coûts d'obtention de la marque d'environ [1 000 – 8 000]* € et un délai de [1–12]* mois, à moins que le produit ait déjà été certifié par l'organisme compétent d'un autre Etat

¹¹⁵ Réponse des parties du 21 juin 2001, question 187.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

membre qui participe au “ Cenelec Certification Agreement ”.¹¹⁶ En Belgique, pour les bâtiments de l'Etat, la Régie des bâtiments du Ministère des affaires intérieures octroie un agrément sur la base d'un règlement spécifique. Les parties ont indiqué que le coût pour l'obtention de cet agrément est de [1 000 – 5 000]* € et le délai nécessaire de [1–12]* mois.¹¹⁷

389. En outre, les parties admettent que les goûts et les habitudes d'installation en ce qui concerne les systèmes d'éclairage de sécurité varient selon les Etats membres. Ces variations concernent par exemple les tensions d'alimentation et la durée d'autonomie des blocs d'éclairage. Cela a pour conséquence d'imposer des références différentes.

390. La présence des fabricants sur les différents marchés nationaux de l'éclairage de sécurité varie de façon considérable. Legrand, avec ses filiales URA / Lumatic, a une part de marché de [60-70]* % en France ([70-80]*% selon un document interne de ses forces de vente), de [30-40]*% en Espagne, de [10-20]* % au Portugal et de [10-20]* % en Belgique. Dans tous les autres pays, la part de marché de Legrand est inférieure à [10-20]* %. Schneider n'a de présence de marché significative qu'en France ([0-10]* % part de marché).

391. Les noms et parts de marché des autres concurrents varient aussi de pays en pays. Seuls Cooper / Menvier (présent en Autriche, en Belgique, au Portugal et au Royaume-Uni), Zemper (Espagne et Portugal) et Beghelli (Autriche, Belgique, Italie) sont des concurrents importants des parties dans plusieurs Etats membres.¹¹⁸

392. Legrand vend ses produits d'éclairage de sécurité par la voie de la distribution, ce qui contribue à la fragmentation nationale des marchés.¹¹⁹

393. Dans la mesure où un fabricant est présent sur différents marchés nationaux, il y vend des produits différents. Ainsi, des cinq références de BAES les plus vendues en France, deux seulement figure parmi les cinq références les plus vendues par Legrand dans un autre Etat membre de l'EEE, à savoir les référence [...] en Autriche et au Portugal. Pourtant, ces deux références sont vendues plus chères en [...] que dans ces deux autres pays, comme le montre le tableau suivant :

¹¹⁶ Voir ci-dessus, paragraphe 61.

¹¹⁷ Réponse des parties du 21 juin 2001, question 187.

¹¹⁸ Réponse des parties du 10 juillet 2001, question 31.

¹¹⁹ Voir ci-dessus, paragraphes 202-210.

Tableau 20

Référence (prix en €)	A	F	P
[...]* Prix moyen de vente	**	**	**
[...]* Prix moyen de vente	**	**	**

Source : parties.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

394. La Commission conclut, dès lors, que le marché géographique pertinent pour la vente de systèmes d'éclairage de sécurité est de dimension nationale, du moins en ce qui concerne le marché français.

B.4 Matériels de fixation et de dérivation

B.4.1 Définition du marché de produits pour les matériels de fixation et de dérivation

395. Les parties définissent un marché de produits comprenant les matériels de fixation et de dérivation utilisés en aval du tableau de distribution terminale et en amont de l'appareillage d'installation. Ce marché de produits regrouperait les catégories de produits suivantes :

- les boîtes d'encastrement, c'est-à-dire les boîtes fixées dans les murs destinées à recevoir par l'intérieur des murs des câbles d'alimentation électrique et par l'extérieur les mécanismes (prises et interrupteurs). Les parties précisent que ces boîtes peuvent être légèrement différentes suivant le type de mur (béton, cloison sèche, maçonnerie) ;
- les boîtes de dérivation, c'est-à-dire les boîtes utilisées pour abriter les raccordements des câbles ;
- les grilles de dérivation, c'est-à-dire les accessoires utilisés pour la réalisation de dérivations de câbles ;
- les barrettes de connexion, c'est-à-dire les accessoires utilisés pour raccorder les fils et les câbles ;
- les guides de câble, c'est-à-dire les petits conduits utilisés pour abriter les circulations de câbles ;
- les attaches, c'est-à-dire les accessoires de fixation des câbles ;
- les colliers, c'est-à-dire les accessoires de fixation d'un faisceau de câbles sur support ou entre eux ;
- les tubes rigides, c'est-à-dire des tubes destinés au cheminement et à la protection des câbles.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

- les accessoires de fixation de tubes, c'est-à-dire les accessoires de fixation de tubes extérieurs aux murs.

396. Les parties estiment que ces produits forment un seul et même marché de produits parce qu'ils servent tous à organiser l'infrastructure de câblage d'une installation électrique depuis le tableau de distribution terminal jusqu'au branchement sur les appareillages ultra terminal (prises, interrupteurs, etc...). Plus précisément, ces produits, utilisés dans toutes les installations électriques, servent à assurer le cheminement, la protection et le raccordement des câbles utilisés dans les installations électriques¹²⁰. Les parties ajoutent que ces produits sont substituables du point de vue de l'offre. Ils feraient appel aux mêmes technologies de base du moulage, de l'extrusion, du découpage et du décolletage. Ils pourraient être réalisés en une seule opération et avec des moyens de production d'un coût limité¹²¹. Les parties avancent que les similitudes en matière de technologies à maîtriser en vue de la production des différents matériels de fixation et de dérivation pourraient permettre à une société réalisant déjà certains produits de se lancer dans la production d'autres produits¹²².

397. La définition précise du marché de produits pour la vente de matériels de fixation et de dérivation peut être laissée ouverte dans le cas présent car, quelle que soit la définition de marché considérée, la transaction proposée soulève des problèmes de concurrence identiques.

B.4.2 Définition du marché géographique pour les matériels de fixation et de dérivation

398. Les parties ne prennent pas clairement position quant à la dimension géographique du marché des matériels de fixation et de dérivation. Elles estiment dans le formulaire CO en effet que la dimension géographique de ce marché " ne saurait être considérée comme purement nationale ". Les éléments exposés ci-dessous, ensemble avec les considérations d'ordre général discutées ci-dessus dans le cadre des tableaux de distribution, ¹²³ confirment au contraire que le marché des produits en cause est de dimension nationale.

Des spécifications nationales s'ajoutent aux normes internationales relatives aux boîtes d'encastrement et de dérivation

399. Les boîtes de fixation et de dérivation sont soumises à la norme CEI 60 670 qui fixe les " règles générales relatives aux enveloppes pour appareillage d'installation électrique fixe pour usage domestique et analogue ". Les parties expliquent toutefois que cette norme ne prévoit aucune spécifications quant à la dimension des boîtes en question. Ces dimensions sont en réalité déterminées par les organismes nationaux de normalisation, ce qui conduit à des particularités nationales. En effet, ces organismes déterminent les dimensions que doivent avoir les boîtes d'encastrement et de dérivation des bases différentes, le plus souvent en fonction des caractéristiques du bâti dominant dans l'Etat membre dont ils relèvent. Il s'agira en particulier de la nature des matériaux de

¹²⁰ Réponse des parties aux questions 238 et 240 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹²¹ Réponse des parties à la question 240 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹²² Réponse des parties à la question 242 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹²³ Paragraphes 202-210.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

construction utilisés, de la qualité et de la diversité des murs et cloisons (béton, briques, maçonnerie, cloisons sèches, etc...) . Les parties précisent toutefois que certains groupes de pays, tels que les pays Nordiques, ont adopté des dimensions analogues. Enfin, la France est le Etat qui n'impose aucune dimension aux boîtes d'encastrement et de dérivation.¹²⁴

Des marques de qualité nationales s'ajoutent aux normes internationales pour plusieurs catégories de matériels de dérivation et de fixation

400. Il existe dans les différents Etats membres de l'EEE des marques de qualité nationales concernant plusieurs des catégories de matériels de dérivation et d'installation. Les marques de qualité nationales, délivrées par des organismes certificateurs nationaux indépendants garantissent aux consommateurs la conformité du produit marqué avec les exigences techniques définies par les normes applicables aux produits en question. Ces exigences techniques peuvent découler soit d'une norme européenne, directement ou indirectement à travers une norme nationale transposant au niveau interne la norme internationale, soit d'une norme nationale indépendante de toute norme internationale. L'obtention de ces marques de qualité nationale est volontaire, mais les parties reconnaissent que l'avantage commercial d'obtenir ces marques pour les matériels de fixation et dérivation est indéniable dans plusieurs pays, notamment l'Allemagne, la France et l'Italie¹²⁵.

401. Ainsi les parties ont obtenu des marques de qualité pour les produits suivants :

- pour plusieurs références de boîtes d'encastrement qu'elle commercialise¹²⁶ : OVE (Autriche) et CEBEC (Belgique);
- pour les barrettes de connexion : NF (France), KEMA (Pays-Bas), VDE (Allemagne), IMQ (Italie), AENOR (Espagne), CEBEC (Belgique)¹²⁷.
- pour les tubes rigides : NF USE (France), délivrée par le LCIE¹²⁸.

Les références de matériels de fixation et de dérivation les plus vendues varient sensiblement selon les Etats membres

402. De manière générale, Schneider explique qu'en ce qui concerne les matériels de fixation et de dérivation, les cinq références les plus vendues sont différentes d'un pays à un autre en raison d'habitudes locales¹²⁹. En outre, les différentes entités du groupe Schneider présentes sur le marché en cause, comme Alombard ou Sarel, ne commercialisent le plus

¹²⁴ Réponse des parties du 11 juillet 2001 à une demande de la Commission du 6 juillet 2001.

¹²⁵ Réponse à la question 246 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹²⁶ Annexe à la réponse des parties à la question 66 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹²⁷ Réponse des parties du 20 juillet 2001 à une demande de la Commission du 3 juillet 2001.

¹²⁸ Réponse des parties du juillet 2001 à une demande de la Commission du 3 juillet 2001.

¹²⁹ " General Comment " sur l'annexe à la réponse de Schneider à la question 139 du questionnaire du 6 avril 2001.

souvent ces produits que dans un seul Etat membre. Les comparaisons établies ci-dessous concernent donc essentiellement les produits du groupe Legrand.

Boîtes d'encastrement

403. Les parties expliquent que les références de ces produits les plus vendues varient sensiblement selon les Etats membres¹³⁰. Les données fournies par Legrand montrent ainsi que la liste des cinq références de boîtes d'encastrement les plus vendues varie de façon significative d'un Etat membre à un autre, et qu'il est rare de trouver une référence faisant partie de cette liste dans plus de trois Etats membres. Ainsi, lorsque Legrand fournit la liste des cinq références de boîtes d'encastrement les plus vendues pour 11 pays de l'EEE en 2000¹³¹, cette liste comprend 37 références. Sur ces 37 références, trois références apparaissent dans quatre Etats (et aucune dans plus de quatre Etats) et trois de ces références apparaissent dans trois pays.

Grilles de dérivation

404. Les parties expliquent que les grilles de dérivation sont des produits qui sont plutôt utilisés en France et dans quelques autres Etats membres seulement¹³². Il ressort d'un document interne de Legrand¹³³ qu'au cours de l'année 2000 cette entreprise, qui est présente sur le marché des produits de dérivation et de fixation dans sept Etats membres, n' a commercialisé ce type de produits que dans quatre Etats membres, à savoir la France, l'Allemagne, en l'Autriche, et l'Irlande¹³⁴.

Tubes rigides de fixation

405. Les parties expliquent que le diamètre des tubes rigides utilisés en extérieur varie d'un Etat membre à l'autre. Ceci implique par voie de conséquence que les diamètres des matériels utilisés pour fixer ces tubes varient également d'un Etat membre à un autre. Les parties ajoutent que certains Etats membres utilisent des tubes métalliques tandis que d'autres utilisent des tubes en PVC¹³⁵.

Colliers de fixation

406. Les données fournies par Legrand montrent que la liste des cinq références de colliers de fixation les plus vendues varie de façon significative d'un Etat membre à un autre, et qu'il est rare de trouver une référence faisant partie de cette liste dans plus de trois Etats membres. Ainsi, lorsque Legrand fournit la liste des cinq références de colliers de fixation les plus vendues pour 15 pays de l'EEE¹³⁶, cette liste comprend 39 références.

¹³⁰ Réponse des parties à la question 244 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹³¹ Annexe Legrand à la question 139 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹³² Réponse des parties à la question 244 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹³³ Annexe à la réponse de Legrand à la question 139 du questionnaire du 6 juin 2001.

¹³⁴ Annexe Legrand à la réponse 193 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹³⁵ Réponse des parties à la question 244 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹³⁶ Annexe à la réponse de Legrand à la question 139 du questionnaire du 6 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Sur ces 39 références, seules deux références apparaissent dans quatre Etats (et aucune dans plus de quatre Etats) et six de ces références apparaissent dans deux pays.

407. En outre, les parties expliquent en ce qui concerne les colliers de fixation qu'une catégorie particulière de colliers dits " colliers Colson " est largement plus utilisée dans certains Etats membres de l'EEE, notamment en France, que dans d'autres. La particularité de ce produit est sa très grande qualité (résistance aux agressions climatiques, résistance à l'arrachement) du fait qu'il utilise une matière plastique plus résistante mais aussi beaucoup plus chère que celle employée pour les autres colliers. L'usage particulièrement répandu en France du collier Colson est lié au fait qu'il a été adopté pour ses besoins propres par EDF qui avait jugé que le coût d'intervention sur des lieux très dispersés en cas de rupture d'un collier était inacceptable et prohibitif¹³⁷.

Des différences de prix sensibles entre Etats membres

408. Pour chacune des principales catégories de matériels de fixation et de dérivation, la Commission a demandé aux parties de lui fournir le prix moyen de ventes de chacune des cinq références les vendues dans un Etat membre dans tous les Etats où ces références sont commercialisées.¹³⁸ Dans la mesure où les mêmes références se trouvent parmi les cinq références les plus vendues dans plus d'un pays, leurs prix de vente sont sensiblement différents.

409. En tout état de cause, ces références génèrent une fraction importante des ventes de Legrand pour chacune des catégories des matériels de fixation et de dérivation. Elles sont donc représentatives de ces catégories de produits.

Boîtes d'encastrement

410. Le tableau 21 ci-dessous indique le prix de vente, en euro, de chacune des références de boîtes d'encastrement de Legrand qui ont fait partie des cinq références les plus vendues dans au moins deux Etats membres au cours de l'année 1999.

¹³⁷ Réponse des parties du 25 juin 2001 à une demande de la Commission du 21 juin 2001.

¹³⁸ Annexe à la réponse des parties à la question 245 du questionnaire du 6 avril 2001.

Tableau 21

Réf	DE	DK	BE	FR	GR	NL	PT	ES	UK
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : FR=100)				(100)	**				
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : DE=100)	(100)					**			***
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : DE=100)	(100)					**			
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : DE=100)	(100)	***							***
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : DK=100)		(100)	**				**		
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Prix moyen de vente (Prix relatif : DE=100)	(100)				*	**		*	

Source : parties.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

411. A l'exception de la référence [...]*, les écarts de prix entre Etats membres sont particulièrement importants pour la très large majorité des références de boîtes d'encastrement commercialisées par Legrand. Pour s'en tenir aux comparaisons entre les seuls Etats membres voisins ou proches :

- la référence [...]* est vendue [...]*€ en [...]* et [...]*€ au [...]*, soit une différence de [0-50]*% ;
- la référence [...]* est vendue [...]*€ [...]* et [...]*€ en [...]*, soit une différence de [0-50]*% ;
- la référence [...]* est vendue [...]*€ [...]* et [...]*€ en [...]* soit une différence de [0-50]*% ;
- la référence [...]* est vendue en [...]*€ en [...]* et [...]*€ au [...]*, soit une différence de [50-100]*% ;
- la référence [...]* est vendue [...]*€ en [...]* et [...]*€ au [...]*, soit une différence de [50-100]*%.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Colliers

412. Le tableau 22 ci-dessous indique le prix de vente, en euro, de chacune des références de colliers de Legrand qui ont fait partie des cinq références les plus vendues dans au moins deux Etats membres au cours de l'année 2000.

Tableau 22

Réf	AT	BE	DE	DK	ES	FR =100	GB	GR	IR	NL	PT
[...]* Prix moyen de vente			***			(100)					
[...]* Prix moyen de vente			***	****		(100)	****	***			
[...]* Prix moyen de vente		***	**	***	**	(100)	****	****			
[...]* Prix moyen de vente				***	**	(100)					

Source : parties.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

413. Les écarts de prix entre Etats membres sont particulièrement importants pour la très large majorité des références de colliers commercialisées par Legrand. Pour s'en tenir aux différences entre les seuls Etats membres voisins ou proches :

- la référence [...] est vendue [...]€ en [...] et [...] € au [...], soit une différence de [0-50]*% ;
- la référence [...] est vendue [...] € en [...], [...]€ en [...] et [...]€ au [...], soit une différence de [0-50]*% entre [...] et la [...], une différence de [0-50]*% entre la [...] et le [...] et une différence de [0-50]*% entre le [...] et [...];
- la référence [...] est vendue [...] € en [...] et [...] € en [...], soit une différence de [0-50]*% ;
- la référence [...] est vendue [...]€ en [...] et [...] € en [...], soit une différence de [0-50]*% ;
- la référence [...] (non représentée dans le tableau 20) est vendue [...] € en [...] et [...] € [...], soit une différence de [0-50]*%.

Grilles de dérivation

414. Il ressort des données fournis par Legrand¹³⁹ que cette entreprise a commercialisé des grilles de dérivation dans quatre Etats membres en 2000. Les références mentionnées ci-

¹³⁹ Annexe à la réponse de Legrand à la question 139 du questionnaire du 6 avril 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

dessous font partie des cinq références les plus vendues dans ces Etats membres au cours de cette année. Il s'agit donc de références générant un important volume de vente dans la catégorie des grilles de dérivation et donc représentatives à ce titre de l'ensemble de la catégorie.

415. Au cours de l'année 2000, le produit Legrand portant la référence [...] et dénommé "[...]" était vendu au prix unitaire moyen de :

- [90-130] € en France ;
- [290-330] € en Autriche ;
- [340-380] € en Irlande.

416. Au cours de l'année 2000, le produit Legrand portant la référence [...] dénommé "[...]" était vendu au prix unitaire moyen de [...] € en [...] tandis qu'il était vendu au prix unitaire moyen de [...] € en [...] au cours de la même année, soit une différence de [50-100] %.

417. Enfin, au cours de l'année 2000, le produit Legrand portant la référence [...] et dénommé "[...]" était vendu au prix unitaire moyen de [...] € en [...] tandis qu'il était vendu au prix unitaire moyen de [...] € en [...], soit une différence de [250-300] %.

Guides de câbles

418. Le tableau 23 ci-dessous indique le prix de vente, en euro, de chacune des références de guides de câbles de Legrand qui ont fait partie des cinq références les plus vendues dans au moins deux Etats membres au cours de l'année 1999.

Tableau 23

Réf. (prix en €)	DE	AUT	BE	DK	ES	FR = 100	GR	FIN
[...] Prix moyen de vente	*****		9*			(100)		11*
[...] Prix moyen de vente			8*			(100)		11*
[...] Prix moyen de vente	****	*****	*****	***	7*	(100)	*****	11*
[...] Prix moyen de vente	****	*****	*****		7*	(100)	*****	7*

Source : parties

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

419. Les écarts de prix entre Etats membres sont particulièrement importants pour la très large majorité des références de colliers commercialisées par Legrand. Pour s'en tenir aux différences entre certains Etats membres voisins :

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

- la référence [...] est vendue [...] € en [...], [...] € en [...] et [...] € en [...], soit une différence de [50-100]*% entre [...] et la [...], [50-100]*% entre [...] et la [...] et [300-350]*% entre la [...] et la [...];
- la référence [...] est vendue [...] € en [...] et [...] € en [...], soit une différence de [50-100]*% ;
- la référence [...] est vendue [...] € en [...] et [...] € en [...], soit une différence de [50-100]*%.

Aucun concurrent à l'exception des parties n'est présent dans plus d'un Etat membre et les positions des parties dans les différents Etats membres sont asymétriques

420. Il apparaît que peu d'entreprises actives sur le marché des matériels de fixation et de dérivation disposent d'une présence dans plusieurs Etats membres. Les documents communiqués par les parties¹⁴⁰ indiquent que seuls Schneider et Legrand commercialisent ces produits dans plus d'un Etat membre de l'EEE. Ainsi, Schneider est présent dans six Etats membres de l'EEE (Danemark, Finlande, France, Italie, Suède et Norvège) et Legrand dans sept Etats membres (Espagne, France, Italie, Irlande, Pays-Bas, Portugal et Royaume-Uni). Les principaux concurrents des parties : Hager, Siemens, ABB, Gewiss, ne sont présents que dans un seul Etat membre, bien qu'il s'agisse, au moins pour les trois premiers cités, de groupes importants implantés dans de nombreux Etats membres de l'EEE.

421. De plus, les parts de marché fournies par les parties¹⁴¹ montrent que leur position dans les différents Etats membres où elles sont présentes sont très diverses. Ainsi, Schneider dispose d'une part de marché de [20-30]*% en France, mais seulement de [0-10]* % en Italie. De la même façon, il dispose d'une part de marché de [60-70]* % en Norvège, mais seulement de [30-40]*% en Suède. Quant à Legrand, il dispose d'une part de marché de [50-60]*% en France, mais seulement de [10-20]*% en Italie et de [10-20]*% en Espagne. Les parties indiquent également que sur le marché des matériels de fixation et de dérivation " il existe souvent une concurrence nationale d'entreprises petites et moyennes qui peuvent tenir des parts de marché locales importantes " ¹⁴².

La distribution des matériels de dérivation et de fixation s'organise sur une base nationale

422. Les parties expliquent qu'en moyenne entre 90% du chiffre d'affaires des fabricants de matériels de fixation et de dérivation est généré par les ventes aux grossistes¹⁴³.

423. Ainsi qu'il a été expliqué ci-dessus, les relations entre fabricants et grossistes de matériels de distribution électrique s'organisent sur une base nationale, même en ce qui concerne les fabricants et les grossistes de dimension européenne. Cette constatation

¹⁴⁰ Annexe 16 au formulaire CO.

¹⁴¹ Annexe 16 au formulaire CO.

¹⁴² Réponse des parties du 16 juillet 2001 à une demande de la Commission du 3 juillet 2001.

¹⁴³ Formulaire CO, page 102.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

s'applique également aux matériels de fixation et de dérivation. La distribution de ces produits s'organise également sur une base nationale.

Conclusion

424. En conclusion, le marché géographique pertinent pour la vente de matériels de dérivation et de fixation est de dimension nationale. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties n'ont pas contesté cette conclusion.

B.5 Produits de transformation et d'alimentation

B.5.1 Marchés de produits

425. Les transformateurs et alimentations sont destinés aux équipements basse tension de contrôle des automatismes des machines qui équipent les procédés industriels et bâtiments. Ces produits fournissent des tensions et des courants adaptés à la partie contrôle et puissance des équipements d'automatisme. En effet, les automatismes doivent, pour des raisons de sécurité, être isolés du réseau principal et requièrent souvent des tensions d'alimentation différentes (elles peuvent être de niveau moindre ou continues par exemple) de la tension du réseau.

426. Les parties expliquent que les transformateurs et alimentations appartiennent au même marché de produits car ils participeraient de choix technologiques répondant à un même besoin, celui de fournir du courant électrique à un automatisme. Cette proposition ne résiste cependant pas à l'examen.

427. Tout d'abord, transformateurs et alimentations ont des fonctions différentes. Les transformateurs sont destinés aux circuits de contrôle à courant alternatif et permettent d'adapter le niveau de tension et d'isoler le système du réseau principal. Les alimentations permettent de délivrer des tensions continues. Les parties ont en outre expliqué dans leur mémoire de réponse à la Communication de griefs que les alimentations offrent souvent un degré de sophistication et de fonctionnalité bien plus élevé (protection, mise en sécurité, contrôle à haute performance etc.), qui selon les parties se reflète dans le prix plus élevé des alimentations comparées aux transformateurs.

428. Ensuite, le choix de l'automatisme dicte le choix entre transformateurs et alimentations. Ainsi, les parties ont expliqué dans le cadre de l'enquête que le choix de l'une ou l'autre technologie dépend d'un choix amont relatif à l'automatisme lui-même. Il y aurait par conséquent bien substituableté entre un couple automatisme / transformateur et un couple automatisme / alimentation. Il découle du développement des parties que les transformateurs et les alimentations pour automatismes ne sont plus substituables du côté de la demande une fois le choix de l'automatisme fait.

429. De plus, ces deux types de produits apparaissent complémentaires. Ainsi, les parties expliquent que les automatismes modernes comprennent le plus souvent un transformateur pour l'isolement et des alimentations électroniques pour l'adaptation et la régulation des niveaux de tension. Or, dans cette mesure les technologies concernées sont plutôt complémentaire qu'en concurrence.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

430. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties soutiennent néanmoins que le choix entre transformateurs et / ou alimentations resterait très ouvert d'un usage à l'autre même après le choix de l'automatisme.
431. Pourtant, cette affirmation ne contredit pas seulement les explications fournies par les parties en réponse à des demandes de renseignement de la Commission au cours de l'enquête¹⁴⁴ ; elle est aussi infirmée par des explications fournies dans le catalogue Télémécanique (Schneider), qui explique, sous forme de “ guide de choix ”, dans le détail quelles sont les fonctions des transformateurs, des alimentations redressées filtrées et des alimentations à découpage, et pour quelles applications (par exemple en termes de circuits de contrôle, d'ambiance, de réseau, de sensibilité de charge, etc.) ces types de produits se prêtent.¹⁴⁵ Les parties ajoutent dans leur réponse d'autres éléments de choix comme la fiabilité, les conditions de maintenance ou la standardisation des composants de l'automatisme qui peuvent dicter le choix soit d'un transformateur, soit d'une alimentation, voire un certain type d'alimentation. Il en découle que les transformateurs et les alimentations ne sont substituables du côté de l'offre que d'un degré très limité.
432. Les prix des transformateurs et des alimentations sont nettement différents. Ainsi, parmi les références Schneider qui figurent parmi les cinq références les plus vendues dans chacun des Etats membres de l'EEE, les prix moyens des transformateurs varient entre [10-50]* € (référence [...] en [...]*) et [40-80]* € (référence [...] au [...]*), tandis que les prix moyens des alimentations se trouvent entre [10-50]* € (référence [...] au [...]*) et [480-520]* € (référence [...] au [...]*). Les prix correspondant de Legrand varient entre [0-40]* € (référence [...] en [...]*) et [180-220]* € (référence [...] en [...]*) pour les transformateurs et entre [40-80]* € (référence [...] en [...]*) et [400-440]* € (référence [...] en [...]*) pour les alimentations.
433. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties expliquent cet écart de prix par le degré de sophistication et de fonctionnalité plus élevé des alimentations comparées aux transformateurs.
434. Or, cette affirmation implique expressément que les deux types de produits ne sont pas substituables du côté de la demande en vue de leurs caractéristiques et de leurs prix.¹⁴⁶
435. Les transformateurs et les alimentations sont en outre très différents d'un point de vue technologique. Les parties ont expliqué au cours de l'enquête que les alimentations suivent une technologie “ logique programmée ” et sont constitués de composants essentiellement électroniques (même si elles contiennent un transformateur dans la plupart des cas), tandis que les transformateurs sont d'une technologie “ logique câblée ” avec des constituants électromécaniques et ne contiennent pas de composants électroniques.¹⁴⁷ Les transformateurs sont des produits dont la technologie est totalement stabilisée alors que les alimentations sont issues de technologies encore en

¹⁴⁴ Réponse du 19 mars 2001 au questionnaire du 14 mars 2001, question 25.

¹⁴⁵ Catalogue Télémécanique 1999, p. 366/367.

¹⁴⁶ Voir la définition du marché de produit en cause dans la Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, point 7.

¹⁴⁷ Réponse du 19 mars 2001 au questionnaire du 14 mars 2001, question 25.

développement.¹⁴⁸ Un concurrent a expliqué que non seulement les outils de production, mais aussi l'équipement de testage et de vérification sont différents pour les transformateurs et les alimentations. Pour cette raison, un fabricant de transformateurs nécessite des coûts et délais considérables pour commencer la fabrication de produits d'alimentation et vice versa.¹⁴⁹ Les produits en question ne sont donc pas substituables du côté de l'offre.

436. A l'encontre de cet argument, les parties ont fait valoir dans leur Mémoire en Réponse qu'il existerait une grande variété de fonctions spécifiques servies soit par transformateurs, soit par alimentations, et que dès lors l'association des transformateurs à certains produits industriels à "logique câblée" et les alimentations à d'autres produits à "logique programmée" serait "simpliste". En plus, les parties estiment que le passage de la production des transformateurs à celle des alimentations et inversement "ne pose pas de difficultés", sans pour autant expliquer en détail le délai et coût nécessaires.
437. Une telle affirmation ne peut infirmer la constatation que les transformateurs et les alimentations ne sont pas substituables du côté de l'offre. En effet, quelle que soit la variété possible de solutions d'alimentations, il résulte des informations fournies tant par les parties que par des tiers cités ci-dessus que toutes les variantes d'alimentations reposent sur une technologie fondamentalement différente de celle des transformateurs.
438. Les parties ont en outre soutenu que la plupart des acteurs sur le marché vendent en même temps des transformateurs et des alimentations. Il convient pourtant de noter que bien qu'un nombre considérable de fabricants soient en effet présents sur les deux segments, de tous les concurrents ayant une part de marché supérieure à [...] % sur le marché combiné des transformateurs et alimentations en France, seuls Siemens et Cecla sont actifs dans les deux segments, les autres n'étant présents que dans le segment des alimentations, de sorte qu'ils n'exercent pas une pression concurrentielle actuelle vis à vis des parties dans le segment des transformateurs.
439. En outre, les parties font valoir dans leur réponse que l'usage du transformateur tend à diminuer au profit de celui de l'alimentation compte tenu de la tendance du marché vers une plus grande technicité et le recours de plus en plus marqué à l'électronique. Cette tendance forcerait les acteurs du marché à réorienter leur production, en passant de la production de transformateurs à celle des alimentations redressées (électromécaniques), puis aux alimentations redressées filtrées (électromécaniques) et enfin aux alimentations stabilisées (électroniques).
440. Une telle tendance, si elle existe en moyen ou long terme, n'est cependant pas de nature à exercer une contrainte concurrentielle suffisante vis à vis des fabricants de transformateurs. Comme il a été expliqué plus haut, le choix d'un transformateur ou d'une alimentation dépend de celui d'un automate prédéterminé, de sorte que la substitution décrite par les parties ne peut s'exercer qu'au niveau du choix entre une solution "automatisme + transformateur" et une solution "automatisme + alimentation". Or, comme le choix d'un automate ne se fait en général pas uniquement en vue du mode d'accès à la source électrique, il n'est pas vraisemblable

¹⁴⁸ Complément au formulaire CO du 14 mars 2001, p. 12.

¹⁴⁹ Polylux, réponse du 9 juillet 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

qu'une augmentation des prix des transformateurs, à elle seule, suffirait pour faire convertir une partie suffisamment importante de la demande d'une solution "automatisme + transformateur" à une solution "automatisme + alimentation". Ceci est d'ailleurs illustré par les variations de prix constatées plus haut.

441. La Commission conclut, dès lors, que les transformateurs et les produits d'alimentations électroniques relèvent de marchés de produits séparés.

B.5.2 Marché géographique

442. En termes de marché géographique, les parties avancent que le marché est de dimension européenne. Ainsi, elles expliquent que les transformateurs ainsi que les produits d'alimentation sont standardisés à une échelle internationale et que les concurrents principaux ont une présence internationale sur la base d'un catalogue standard et d'une marque unique.

443. Le cadre normatif applicable aux transformateurs et produits d'alimentation est harmonisé au niveau européen. Les normes qui traitent des transformateurs de tensions sont les normes CEI de la série 61558 et les normes EN de la même série. Ces normes traitent de tous les aspects liés à la sécurité électrique, thermique et mécanique des transformateurs de tension primaire inférieure à 1 000 Volts, ainsi que des alimentations incorporant ces transformateurs. Les alimentations régulées sont couvertes par la norme CEI 60950 et la norme équivalente européenne du même numéro. En plus de ces normes internationales et européennes, il n'existe pas de normes nationales.

444. Sur demande des clients, les constructeurs de transformateurs et produits d'alimentation font certifier la conformité de leurs produits avec les normes applicables par des laboratoires indépendants. Comme l'expliquent les parties, tous les laboratoires accrédités des Etats membres de l'EEE ont la capacité de réaliser les essais nécessaires et de délivrer un certificat de conformité à la norme. Pourtant, la notoriété du laboratoire et sa reconnaissance par le marché sont des éléments décisionnels majeurs. Les parties chiffrent le délai et le coût nécessaires pour obtenir le certificat à respectivement [1-18]* mois et [50-250]* FF. Bien que l'on ne saurait considérer de tels coûts comme prohibitifs, ils constituent néanmoins une barrière à l'entrée du marché entre Etats membres qui est loin d'être négligeable, tenant compte du fait qu'il faut obtenir la certification pour chaque référence de produit séparément et que les certifications doivent être renouvelées dans des intervalles réguliers.

445. L'analyse des prix offerts par les parties laisse apparaître des variations substantielles d'un Etat membre à l'autre. Le tableau ci-dessous indique le prix de vente, en Euros, de chacune des références de transformateurs et d'alimentations de Schneider qui font partie des 5 références les plus vendues dans au moins 2 Etats membres :

Tableau 24

Référence (prix en €)	B	D	DK	E	F	I	NL	UK	S	N
Transformateur [...]*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	
Prix moyen de vente										
Transformateur [...]*	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Prix moyen de vente										
Transformateur [...]*	*	*	*	*	*		*		*	*
Prix moyen de vente										
Alimentation [...]*	**		**	**	**	**		11*	**	
Prix moyen de vente										
Alimentation [...]*					***	**	***			
Prix moyen de vente										
Alimentation [...]*	**		**		**					
Prix moyen de vente										
Alimentation [...]*					**				**	
Prix moyen de vente										
Alimentation [...]*					***					**
Prix moyen de vente										

Source : les parties.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

446. De telles différences de prix indiquent que l'offre est en mesure d'accroître les prix dans certains pays, sans risquer que les clients n'importent les équipements concernés depuis les pays voisins.

447. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties soutiennent que les variations des prix Schneider ne donnent pas des indications sur la définition du marché géographique, puisqu'elles résulteraient du fait que Schneider aurait décidé de ne pas développer de politique de prix à travers l'Europe compte tenu des faibles quantités de produits en cause et du chiffre d'affaires minime correspondant. Or, en l'absence d'une politique de prix au niveau du groupe, il apparaît que les prix déterminés par les filiales de Schneider dans les différents pays reflètent bien les conditions de concurrence dans les pays respectifs. Les variations de prix constatées sont donc l'expression de conditions de concurrence significativement différentes de pays à pays.¹⁵⁰

448. Il est d'ailleurs à noter que des variations de prix existent également, dans une moindre mesure, chez Legrand. Ainsi, le tableau suivant montre les prix des cinq références de transformateurs les plus vendues en France qui se trouvent aussi parmi les cinq références les plus vendues dans au moins un autre Etat membre:

¹⁵⁰ Voir la définition du marché de géographique en cause dans la Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, point 8.

Tableau 24 a

Référence (prix en €)	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]*

Source : les parties

449. Selon les parties, 60 % des transformateurs et produits d'alimentation vendus par les parties sont distribués par la voie de grossistes, qui sont organisés sur une échelle nationale. Pour la France, pays où les chevauchement entre les parties sont les plus significatifs, Schneider chiffre le pourcentage de ses ventes aux grossistes à [70-80]* % pour les transformateurs et à [70-80]* % pour les alimentations.
450. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties invoquent aussi la présence internationale de fabricants de tailles différentes, y inclus de gros acteurs comme Omron, Siemens et Phoenix mais aussi nombre de PME.
451. Cependant, la présence d'un acteur dans plusieurs pays n'implique pas nécessairement que les conditions de concurrence y sont suffisamment homogènes. Les données fournies par les parties dans le cadre de l'enquête suggèrent que les positions de marché des différents acteurs varient considérablement de pays en pays. Ainsi, Legrand n'a une part des ventes de transformateurs et alimentations supérieure à [0-20]* % qu'en France ([20-40]* %), en Belgique ([0-20]* %), aux Pays-Bas ([0-20]* %), en Italie ([0-20]* %) et au Royaume-Uni ([0-20]* %). La part de Siemens varie de [0-20]* % au Royaume-Uni à [20-40]* % en Allemagne, celle de Phoenix de [0-20]* % (Autriche, Finlande) à [20-40]* % (Belgique).
452. Les parties font aussi valoir qu'il existerait un grand nombre d'exportations, sans pour autant chiffrer le pourcentage des produits importés vendus dans un pays donné. D'ailleurs, le fait que des produits sont exportés n'exclut pas que le marché soit de dimension nationale, s'il apparaît, sur base d'autres facteurs, que la coordination de l'offre et de la demande se déroule sur une base nationale, comme c'est le cas en l'espèce.
453. Quant à l'affirmation des parties dans leur réponse que les références de produits vendues seraient souvent les mêmes dans différents pays, il suffit de noter qu'il résulte des données fournies par les parties que les références de Legrand vendues dans les différents Etats membres varient considérablement. Ainsi, des cinq références les plus vendues en France, une seule se trouve parmi les cinq références les plus vendues dans trois autres pays (le cas échéant, les pays Benelux), et deux de ces références ne se retrouvent dans aucun autre Etat membre. De plus, il résulte des variations de prix constaté que la demande ne pratique pas d'arbitrage à un degré appréciable.
454. Dans ce contexte, il faut noter que les parties expliquent dans leur réponse qu'il existe, au delà de l'offre catalogue, des produits personnalisés. Ceci implique la nécessité, pour les fabricants de transformateurs et leurs clients (intégrateurs) d'entretenir une relation étroite. Or, comme les fabricants de transformateurs aussi bien que les intégrateurs sont souvent des petites et moyennes entreprises qui ne disposent pas de réseau de forces de vente ou d'achat dans plusieurs pays, la nécessité d'entretenir une telle relation étroite

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

limite la possibilité des clients de se fournir auprès de fabricants situés dans un autre pays.

455. La Commission conclut, dès lors, que les marchés de transformateurs et de produits d'alimentation sont tous deux de dimension nationale.

B.6 Auxiliaires de contrôle et de signalisation

B.6.1 Marché de produits

456. Les parties définissent un marché de produits des auxiliaires de contrôle et de signalisation. Il s'agit d'appareils mécaniques de connexion dont la fonction est de commander la manœuvre d'un appareillage. Le marché de produits tel que défini par les parties comprend les catégories de produits suivantes :

- les boutons poussoirs, c'est-à-dire un auxiliaire de commande muni d'un organe de commande destiné à être actionné par l'effort exercé par une partie du corps humain, généralement le doigt ou la paume de la main et possédant une énergie de rappel accumulé (ressort);
- les boutons tournants (ou rotatifs), c'est-à-dire une combinaison d'éléments de commutation de type bouton-poussoir dont l'organe de commande est actionné manuellement par rotation;
- les boutons touches, c'est-à-dire un bouton poussoir destiné à être utilisé pour des applications dont l'encombrement est de faible profondeur et la connexion électrique réalisée par un circuit imprimé;
- les boîtes à boutons, c'est-à-dire un support en forme de boîte métallique ou plastique (polyester) pré-percée destinée à recevoir les éléments de dialogue entre l'opérateur et la machine. Le produit fini constitue un pupitre de commande;
- les claviers à boutons touches, c'est-à-dire des appareils mécaniques de connexion dont la fonction est de commander la manœuvre d'un appareillage de connexion. Un clavier est constitué de trois éléments principaux :
 - un ensemble de touches;
 - un ensemble électronique de traitement et de transmission de l'information;
 - une interface d'interconnexion;
- les claviers à membranes, c'est-à-dire une technologie particulière de claviers, la membrane étant la partie en contact avec l'opérateur, qui permet de personnaliser le clavier aux besoins du consommateur final;
- les commutateurs à cames, c'est-à-dire un auxiliaire de commande muni d'un organe de commande destiné à être actionné par rotation angulaire. Il modifie les connexions d'un ou plusieurs circuits électriques;

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

- les interrupteurs sectionneurs à commande rotative, c'est-à-dire un appareil mécanique de connexion capable d'établir, de supporter et d'interrompre des courants dans les conditions normales du circuit électrique. De plus, il satisfait aux prescriptions pour la fonction de sectionnement;
- les manipulateurs, c'est-à-dire des auxiliaires de commande à manœuvre muni d'un organe de commande consistant en une tige destinée à être actionnée par déplacement angulaire;
- les voyants lumineux, c'est-à-dire un auxiliaire de signalisation composé d'une tête (indicateur lumineux) de couleur destiné à informer l'opérateur sur l'état de la machine. Il comprend également des bornes d'alimentation dans sa partie inférieure, destinées à l'alimentation électrique. Un voyant lumineux peut être associé à un bouton poussoirs pour former un bouton poussoir lumineux.

457. Les différents types de produits décrits ci-dessus sont déclinés en plusieurs diamètres de perçage ou de fixation : 12 mm, 16 mm, 22 mm et 30 mm, qui relèvent de normes définies par la CEI et le Cenelec¹⁵¹. Historiquement, le diamètre de 30 mm est apparu en premier, et son usage était particulièrement répandu dans la sidérurgie. Ce diamètre permet de réaliser des produits robustes et résistants. Progressivement, l'évolution des techniques de production et la volonté des clients de réduire l'encombrement des machines ont favorisé le développement de diamètres plus petits. Les parties expliquent¹⁵² qu'à l'heure actuelle, le diamètre de 30 mm tendrait progressivement à être remplacé par le diamètre de 22 mm. Les diamètres de 16 mm et 22 mm, plus fragile, seraient principalement utilisés sur des équipements électroniques utilisés dans des environnement protégés. Ainsi, le diamètre de 16 mm serait de plus en plus utilisé pour les claviers à boutons touches et à membrane présentés ci-dessus.

458. Les parties estiment que ces différents produits forment un seul marché de produits car ils remplissent tous la même fonction, à savoir assurer l'interface du dialogue homme-machine. Plus précisément, ces produits sont destinés à être intégrés dans des pupitres de commande de moteurs de faible puissance ou d'automatismes¹⁵³. Selon les parties, ces produits seraient largement substituables du côté de la demande. Tous les auxiliaires de contrôle et de signalisation pourraient ainsi être utilisés indifféremment ou se substituer sur les machines. Le choix des fabricants de recourir à telle catégorie plutôt qu'à telle autre serait essentiellement liée aux priorités du client final en terme d'esthétisme, d'encombrement et d'habitudes¹⁵⁴. Les parties ajoutent que ces produits sont substituables du côté de l'offre. Ils seraient tous en effet de conception électromécanique. Seuls les claviers à membranes les plus complexes nécessiteraient des compétences en sérigraphie pour la réalisation de leurs boutons¹⁵⁵.

¹⁵¹ Normes CEI et EN 60947-5-1.

¹⁵² Réponse des parties à la question 29 du questionnaire du 15 mars 2001.

¹⁵³ Complément au Formulaire CO, page 15.

¹⁵⁴ Réponse des parties à la question 291 du questionnaire du 6 avril 2001.

¹⁵⁵ Réponse des parties à la question 290 du questionnaire du 6 avril 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

459. La définition précise du marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation peut être laissée ouverte dans le présent cas car, quelle que soit la définition de marché considérée, la transaction soulève des problèmes de concurrence identiques.

B.6.2 Marché géographique

460. Les parties estiment que la dimension géographique du marché des auxiliaires de commande et de signalisation est de dimension européenne, voire mondiale. Les parties s'appuient en premier lieu sur le fait que ces produits sont destinés à être intégrés dans des machines industrielles qui seraient vendues sous une forme identique dans le monde entier. L'exportation des machines industrielles conduirait d'ailleurs à une homogénéisation des produits vers l'utilisation principale d'auxiliaires de contrôle et de signalisation de diamètre de 22 mm. Les parties expliquent que pour une fonction définie, un diamètre de perçage et des caractéristiques techniques données, il n'existe qu'un seul et même produit commercialisé en Europe, ainsi que l'atteste le fait que la même référence commerciale est utilisée dans les catalogues de produits diffusés dans les différents Etats¹⁵⁶. Les parties ajoutent que le cadre normatif de ces produits est européen et totalement harmonisé. Il n'existerait en outre aucune spécificité ou marques de qualité nationales.

461. Les paragraphes qui suivent concluent que la dimension géographique de ces marchés est de nature nationale.

Les prix des auxiliaires de contrôle et de signalisation sont substantiellement différents selon les Etats membres

462. L'analyse des prix offerts par les parties laisse apparaître des variations substantielles d'un Etat membre à l'autre. Ainsi, les prix des cinq références d'auxiliaires de contrôle et de signalisation les plus vendues dans chacun des Etats membres de l'EEE par Schneider connaissent des variations substantielles, ainsi que cela est indiqué dans le tableau ci-dessous établi à partir de données fournies par cette entreprise¹⁵⁷. Ces cinq références correspondent à cinq catégories d'auxiliaires de contrôle et de signalisation différentes; elles peuvent donc être considérées comme un échantillon représentatif de l'ensemble des auxiliaires de contrôle et de signalisation.

Tableau 25

¹⁵⁶ Réponse des parties à la question 70 du questionnaire du 29 juin 2001.

¹⁵⁷ Annexe Schneider à la réponse à la question 33 du questionnaire du 15 mars 2001.

Référence	Pays où le prix est le plus élevé Prix moyen dans ce pays en 1999 (€)	Pays où le prix est le plus bas Prix moyen dans ce pays en 1999 (€)	Ecart de prix (%)
[...]* (bouton poussoir)	Irlande [*]*	Belgique [*]*	[*]*
[...]* (bouton tournant)	Irlande [*]*	Royaume-Uni [*]*	[*]*
[...]* (voyant lumineux)	Royaume-Uni [*]*	Italie [*]*	[**]*
[...]* (boîte à boutons)	Irlande [***]*	Allemagne [***]*	[***]*
[...]* (interrupteur)	Pays-Bas [***]*	Belgique [*]*	[***]*

Source : parties.

[Version non confidentielle : * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , etc]*

463. De manière générale, il ressort des données fournies par Schneider¹⁵⁸ (i) qu'il existe des écarts de prix substantiels entre les Etats membres de l'EEE, y compris entre Etats voisins, pour une même référence de produit et (ii) que ces écarts, bien que fluctuant fortement d'une année sur l'autre, restent globalement importants sur la période considérée. Ainsi, entre la France et l'Allemagne, l'écart de prix en 1999 était compris entre [0-40]*% (pour la référence [...]*) et [20-60]*% (pour la référence [...]*). En 1997, l'écart de prix était compris entre [0-40]*% (pour la référence [...]*) et [10-50]*% (pour la référence [...]*). De la même façon, entre la France et l'Espagne, l'écart de prix en 1999 était compris entre [0-40]*% (pour la référence [...]*) et [10-50]*% (pour la référence [...]*). En 1997, l'écart de prix entre ces deux pays était compris entre [0-40]*% (pour la référence [...]*) et [20-60]*% pour la référence [...]*.
464. Il est également intéressant de constater que les écarts de prix se sont accentués sur la période considérée entre d'autres Etats voisins. Ainsi, entre l'Allemagne et la Belgique, l'écart de prix, en 1999, était compris entre [0-30]*% (pour la référence [...]*) et [30-60]*% (pour la référence [...]*). En 1997, l'écart de prix était compris entre [0-30]*% (pour la référence [...]*) et [10-40]*% (pour la référence [...]*).
465. Une conclusion identique peut être tirée de l'analyse du prix de vente des auxiliaires de contrôle et de signalisation commercialisés par Baco, filiale de Legrand, dans différents Etats membres de l'EEE, entre 1995 et 2000.
466. De manière générale, il ressort des données fournies par Legrand¹⁵⁹ (i) qu'il existe des écarts de prix substantiels entre les Etats membres de l'EEE, mêmes entre Etats voisins, et (ii) que ces écarts, bien que fluctuants, restent globalement importants sur la période considérée. Ainsi, en 2000, les écarts de prix entre la France et ses voisins (Allemagne, Belgique, Italie et Espagne) ont été compris entre [30-60]*% (avec la Belgique) et [50-80]*% (avec l'Italie). En 1995, ces écarts de prix étaient compris entre [30-60]*% (avec la Belgique) et [60-90]*% (avec l'Italie). Il est également intéressant de constater que les écarts de prix entre certains pays voisins se sont accentués au cours de la période. Ainsi, entre l'Espagne et le Portugal, l'écart de prix est passé de [0-30]*% en 1995 à [10-40]*%

¹⁵⁸ Annexe Schneider à la réponse à la question 33 du questionnaire du 15 mars 2001.

¹⁵⁹ Annexe Legrand aux réponses aux questions 12, 3 et 40 du questionnaire du 15 mars 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

en 2000. De la même façon, l'écart de prix entre l'Allemagne et l'Autriche est passé de [0-30]*% en 1995 à [0-30]*% en 2000.

467. Les prix de vente des auxiliaires de contrôle et de signalisation commercialisés par les parties sont donc substantiellement différents selon les Etats membres de l'EEE. Les parties n'ont fourni aucune indication en sens contraire en ce qui concerne leurs concurrents.
468. Dans leur Mémoire en Réponse¹⁶⁰, les parties ont fait valoir que les écarts de prix entre Etats membres relevés ci-dessus concernant les auxiliaires de contrôle et de signalisation vendus par les parties ne sont pas pertinents. En effet, certains de ces prix comprendraient les remises commerciales qu'elles offrent à leurs clients ("prix nets") tandis que d'autres prix ne comprendraient pas ces remises ("prix bruts"). Ces prix ne seraient donc pas comparables.
469. A cet égard, il convient de relever tout d'abord qu'il appartenait aux parties, conformément à la question 33 du questionnaire du 20 mars 2001, de fournir les "prix facturés" pour chacune des catégories d'auxiliaires de contrôle qu'elles commercialisent dans chacun des Etats membres de l'EEE. En outre, les parties ont expliqué dans leur réponse à ladite question que les prix indiqués à la Commission correspondaient aux "prix moyens pratiqués" (Schneider)¹⁶¹ et aux prix moyens de vente" (Legrand)¹⁶². Il apparaît donc que les prix de vente des auxiliaires de contrôle et de signalisation fournis par les parties sont des prix nets, n'incluant pas les remises ou rabais sur volumes, comparables entre eux.
470. De plus, les parties expliquent¹⁶³ que les différences de volumes de leurs ventes pour chacune des catégories d'auxiliaires de contrôle justifient objectivement l'existence d'écarts de prix. Cet argument repose implicitement sur l'idée que le montant des remises et rabais de volume qu'elles appliquent à chacune de leurs ventes différencierait selon les Etats membres, ce qui expliquerait, selon elles, les différences de prix moyen de vente constatés. A cet égard, il suffit de constater que les parties n'ont fourni aucun élément permettant d'établir que le niveau moyen des volumes de leurs ventes par affaire serait différent selon les Etats membres. En particulier, les parties n'ont pas établi qu'il existe dans certains Etats membres des clients générant des volumes de vente plus importants que dans d'autres Etats membres et que, du fait de l'application de remises et rabais de volume, le prix net moyen de vente des produits en cause y serait inférieur. En tout état de cause, si tel devait être le cas, cette situation constituerait un indice supplémentaire important plaidant en faveur d'une définition nationale du marché en cause.
471. Enfin, les parties font valoir qu'il n'est pas possible de tirer de conclusion en ce qui concerne les écarts de prix de vente de Baco et de Legrand entre Etats membres, dans la mesure où ces deux entreprises vendent uniquement de petites quantités et quasi-

¹⁶⁰ Point 774.

¹⁶¹ Réponse de Schneider à la question 33 du questionnaire du 20 mars 2001.

¹⁶² Page 1 du document Baco fourni en annexe à la réponse Legrand aux questions 12, 34 et 40 du questionnaire du 20 mars 2001.

¹⁶³ Point 776 du mémoire en réponse à la Communication des griefs.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

exclusivement en France. Les écarts de prix constatés pour ce qui concerne Schneider, leader incontesté du marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation au niveau de l'EEE avec une part de marché de [20-30]*% et une présence dans chacun des Etats membres, constituent un indice particulièrement déterminant pour conclure à l'existence de variations significatives de prix entre Etats membres. En outre, bien que Legrand ne détienne une part de marché significative qu'en France, il commercialise toutefois les produits en cause dans huit Etats membres. L'absence pour cette entreprise d'une stratégie de prix au niveau européen, relevée par les parties¹⁶⁴, loin de justifier objectivement les écarts de prix de vente constatés ci-dessus, constitue au contraire un indice supplémentaire que les prix des auxiliaires de contrôle et de signalisation sont fixés à un niveau national.

472. En conclusion, les prix des auxiliaires de contrôle et de signalisation sont substantiellement différents selon les Etats membres.

La position des fabricants d'auxiliaires de contrôle et de signalisation varie substantiellement selon les Etats membres

473. Le tableau 26 ci-dessous, fourni par les parties, indique la position des principaux fabricants d'auxiliaires de contrôle et de signalisation dans les différents Etats membres de l'EEE au cours de l'année 2000.

Tableau 26

¹⁶⁴ Point 777 du mémoire en réponse à la Communication des griefs.

	Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Rockwell	EAO	ABB	Autres
Autriche	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Belgique	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*%
Allemagne	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*% Hoffman [0-10]*%
Danemark	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Espagne	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE [0-10]*%
France	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Entrelec [0-10]*%
Finlande	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Grèce	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Italie	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE [0-10]*%
Irlande	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Pays-Bas	[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]*%	
Royaume-Uni	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Suède	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Norvège	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Total EEE	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	

Source : parties.

474. Il ressort du tableau ci-dessus que les positions des fabricants varient sensiblement d'un Etat membre à un autre. De manière générale, il apparaît que chaque fabricant dispose d'une part de marché nettement plus importante dans un Etat membre et que sa position dans les autres Etats membres, même voisins, est (i) sensiblement plus faible et (ii) particulièrement fluctuante. Ainsi, la part de marché de Schneider est [50-60]*% en France. Dans les Etats voisins, sa part de marché s'établit à [20-30]*% en Espagne, [20-30]*% en Belgique, [20-30]*% en Italie et seulement [0-10]*% en Allemagne. En ce qui concerne Legrand, on constate qu'il dispose d'une part de marché significative seulement en France ([0-10]*%) mais qu'il est absent de tous les Etats voisins, y compris l'Italie où il est pourtant particulièrement fort sur d'autres marchés de produits. On constate également que Siemens et Moeller, dont les parts de marché respectives en Allemagne s'établissent à [10-20]*% et [10-20]*%, disposent d'une part de marché de l'ordre de moitié en Belgique (respectivement [0-10]*% et [0-10]*%) et d'une position très faible en France (respectivement [0-10]*% et [0-10]*%). Kraus & Naimer qui est le principal acteur sur le marché autrichien avec une part de marché de [10-20]*% dispose d'une part de marché largement plus faible en Allemagne ([0-10]*%). La même constatation vaut pour Rockwell ([0-10]*% en Autriche et [0-10]*% en Allemagne). En ce qui concerne les autres entreprises actives sur le marché (EAO, ABB, GE, RAFI,

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Hoffman, Entrelec), la plupart d'entre elles disposent d'une part de marché supérieure à [0-10]*% dans un Etat mais sont absentes ou seulement marginalement présentes dans les autres Etats.

475. Dans leur Mémoire en Réponse¹⁶⁵, les parties ont fait valoir que les variations de parts de marché des principaux concurrents observées ci-dessus étaient le résultat soit de facteurs historiques, soit du fait que les auxiliaires de contrôle et de signalisation étant des produits de faible valeur, les acteurs sur le marché ne sont présents que dans les zones géographiques où leur présence ne nécessite que peu d'effort commercial. En outre, les parties ont mis en exergue le fait que six concurrents étaient présents dans plus de dix Etats membres de l'EEE.

476. En tout état de cause, le constat selon lequel les positions des principaux acteurs sur le marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation varient substantiellement selon les Etats membres n'est pas remis en question par les parties¹⁶⁶.

La distribution des auxiliaires de contrôle et de signalisation s'organise largement sur une base nationale

477. Les parties expliquent que les ventes des fabricants des ventes d'auxiliaires de contrôle et de signalisation se répartissent entre les habituels grossistes de matériel électrique et les ventes directes aux constructeurs de machines¹⁶⁷. Les parties n'ont cependant fourni aucune indication quant à la répartition des fabricants de ces produits entre ces deux canaux de commercialisation.

478. Il ressort toutefois d'un document interne Legrand que Baco réalise [40-50]* % de ses ventes d'auxiliaires de contrôle et de signalisation à travers la distribution et Legrand 100%¹⁶⁸. Il ressort d'un document Schneider que Mafelec réalise l'essentiel de ses ventes en direct tandis que les produits Schneider, hors Mafelec, sont vendus à [60-70]*% par les grossistes¹⁶⁹. A cet égard, il convient de rappeler que Schneider détient une part de marché de l'ordre de [20-30]*% au niveau de l'EEE et qu'il est, à ce titre, le premier acteur sur le marché en cause. Il est donc possible de conclure que les ventes aux grossistes représentent donc une part importante du marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation qui peut être estimé aux environs de [50-60]*% selon les fabricants.

479. Il a déjà été expliqué que les relations commerciales entre les grossistes en matériels électriques et les fabricants s'organisent sur une base nationale voire régionale, même en ce qui concerne les fabricants et les grossistes de dimension européenne. Cette constatation s'applique également aux auxiliaires de contrôle et de signalisation. En conséquence, une part substantielle de la distribution de ces produits s'organise sur une base nationale.

¹⁶⁵ Point 784.

¹⁶⁶ Mémoire en réponse à la Communication des griefs, point 783.

¹⁶⁷ Complément au Formulaire CO, page 17.

¹⁶⁸ Plan Moyen Terme 2001-2005 France Baco, page 20. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

¹⁶⁹ Compte rendu du Comité d'Acquisitions du 17 octobre 1997, page 6. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

480. Dans leur Mémoire en Réponse¹⁷⁰, les parties ont fait valoir que, compte tenu de l'importance des ventes directes des fabricants aux clients finaux, notamment les fabricants de machines industrielles, l'organisation nationale de la distribution ne suffit pas à établir le caractère national du marché de produit en cause.
481. Le fait que, d'une part, la moitié des ventes d'auxiliaires de contrôle et de signalisation soit réalisée, au niveau de l'EEE, par l'intermédiaire des grossistes et que, d'autre part, les relations entre ces grossistes et les fabricants s'organisent sur une base nationale constitue toutefois un indice important du caractère national du marché de produit en cause. Cette situation explique, au moins en partie, les écarts de prix et les variations de parts de marché observées ci-dessus.

Barrières à l'entrée

482. Dans leur Mémoire en Réponse¹⁷¹, les parties ont avancé de nombreux arguments visant à démontrer l'absence de barrières à l'entrée sur le marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation. Pour l'essentiel, les parties mettent en exergue la standardisation des produits, l'harmonisation de la normalisation des produits au sein de l'EEE, l'absence de marques nationales de qualité et d'habitudes nationales d'installation ou d'utilisation, l'organisation européenne de la production des principaux fabricants, la faiblesse des coûts de transport, la généralisation du diamètre de perçage de 22mm et l'existence de plusieurs marques utilisées au niveau mondial.
483. De manière préliminaire, l'existence d'écarts de prix substantiels entre Etats membres et l'hétérogénéité des parts de marché des acteurs constatés ci-dessus constituent deux éléments déterminants qui, d'un point de vue factuel, démentent, ou à tout le moins limitent fortement, l'affirmation des parties selon laquelle les barrières à l'entrée sur le marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation seraient faibles.
484. Ainsi, il résulte de l'enquête de la Commission que le marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation est caractérisé par l'existence de trois catégories de barrières à l'entrée. Une première barrière à l'entrée est constituée par l'accès à la distribution, la moitié environ des ventes ces produits au niveau de l'EEE étant réalisées à travers les grossistes. La tendance des grossistes à réduire le nombre de marques qu'ils distribuent pour chacune des catégorie de matériels électriques, tendance révélée par l'enquête de la Commission, tend en outre à augmenter les barrières à l'entrée. Il est d'ailleurs significatif que dans un document interne Legrand¹⁷², l'accès à la distribution est présenté à plusieurs reprises comme un des facteurs clefs de succès sur le marché.
485. Une seconde barrière importante à l'entrée est constitué par la nécessité d'avoir une bonne connaissance de l'autre canal de vente des produits en cause, les ventes directes aux fabricants de machines industrielles, les "OEM" ou intégrateurs. Ainsi, il est également indiqué à plusieurs reprises dans un document interne Legrand¹⁷³ qu'une

¹⁷⁰ Point 786.

¹⁷¹ Points 788 et 789.

¹⁷² Plan Moyen Terme Baco France 2001-2005, page 34, 39, 41 et 43. Annexe 4 remis en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

¹⁷³ Plan Moyen Terme Baco France 2001-2005, page 34, 39, 41 et 43. Annexe 4 remis en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

bonne connaissance des “ marchés intégrateurs ” constitue un des facteurs clefs de succès. Or, le marché des intégrateurs est constitué d'un grand nombre de PME, ainsi que l'atteste la liste des principaux clients des parties¹⁷⁴, de sorte qu'il est nécessaire de consentir de lourds investissements pour accéder à celui-ci. Ce fait est d'ailleurs reconnu par les parties¹⁷⁵ qui expliquent qu'en raison de la faible valeur des produits, les fabricants se contentent d'être présents dans les zones géographiques où leur présence ne nécessite que peu d'effort commercial. Ce phénomène est d'ailleurs accentué en raison de la petite taille de nombreux fabricants. Ainsi, par exemple en Allemagne, les huit premiers et seuls acteurs identifiés par les parties détiennent une part de marché cumulée de [50-60]*%. En Finlande, les sept premiers et seuls acteurs identifiés par les parties détiennent une part de marché cumulée de [50-60]*%.

486. Enfin, une troisième barrière à l'entrée découle du fait qu'une part importante des auxiliaires de contrôle et de signalisation ne sont pas des produits standards, mais des produits spécifiques réalisés à partir d'un cahier des charges défini par les fabricants de machines industrielles. Les parties expliquent¹⁷⁶ que pour ces produits spécifiques, il est nécessaire d'établir “ une relation de proximité entre le producteur et l'utilisateur ” pour la définition, la réalisation et la mise au point. Les parties ont également ajouté que cette relation de proximité ne se traduit pas nécessairement par une notion de proximité physique. Il n'en demeure pas moins que la vente d'auxiliaires de contrôle et de signalisation spécifiques nécessite à la fois des investissements nécessaires à l'établissement de cette relation de proximité qui constituent une barrière à l'entrée, en particulier pour les plus petits fabricants.

487. La Commission conclut donc que le marché géographique pertinent pour la vente d'auxiliaires de contrôle et de signalisation est de dimension nationale.

¹⁷⁴ Annexes fournis par les parties en réponse à la question 69 du questionnaire du 29 juin 2001.

¹⁷⁵ Mémoire en réponse, point 784.

¹⁷⁶ Complément au Formulaire CO et réponse à la question 30 du questionnaire du 20 mars 2001

C. Analyse de l'opération

C.1 Marchés concernant les tableaux de distribution électrique

C.1.1 Caractéristiques principales de la concurrence sur les marchés en cause

488. Le schéma suivant, tiré d'un rapport du Crédit Suisse First Boston¹⁷⁷, résume les caractéristiques de la concurrence sur les marchés en cause. Les paragraphes qui suivent développent les éléments principaux qui justifient une telle description de fonctionnement de marché. Il faut noter que cette analyse s'applique mutatis mutandis aux autres marchés de produit affectés par l'opération notifiée, sous réserve de considérations spécifiques qui seront évoquées dans le cadre des sections portant sur les produits en cause.

Fidélité de la demande

489. Comme le résume le rapport du Crédit Suisse First Boston¹⁷⁸, “les électriciens sont extrêmement fidèles à la marque. Ils travaillent généralement pendant plusieurs années avec le même fournisseur et la même marque, et ils restent parfois chez le même fournisseur durant l'ensemble de leur carrière. Ce phénomène est dû à deux raisons. Premièrement, il y a un élément de familiarité : une fois qu'ils sont habitués à un produit (marque, facilité d'installation), il devient très difficile de leur faire changer leur choix, même si on leur offre des prix plus bas. Et deuxièmement, leur responsabilité est engagée par leur choix du matériel (une fois qu'ils sont confiants dans la sécurité des produits qu'ils achètent habituellement, ils ne sont pas enclins à essayer des marques meilleur marché).”

490. Legrand indique également que “la familiarité et la confiance des électriciens et des maîtres d'œuvre envers les produits de Legrand constitue un facteur clé de maintien et d'expansion de la position concurrentielle de Legrand. [...] L'usage répété des produits Legrand par les électriciens et les maîtres d'œuvre renforce la position de Legrand et représente un avantage concurrentiel important.”¹⁷⁹

491. L'enquête menée par la Commission et les données fournies par les parties confirment que les installateurs et les tableautiers font preuve d'une nette fidélité envers leur marque habituelle. Toutefois, l'enquête de la Commission montre également que cette fidélité n'est pas absolue. Il apparaît en effet que, pour les installateurs et les tableautiers, la sécurité et la disponibilité immédiate des produits constituent des exigences impératives, primant sur la marque elle-même dans leur choix de matériels. Il s'ensuit que, tant qu'une marque garantira une qualité et une disponibilité suffisante, elle continuera à bénéficier d'une forte fidélité de la part de ses clients habituels. Il ne sera donc pas facile pour les autres concurrents de conquérir cette clientèle, même en offrant des produits

¹⁷⁷ Rapport Crédit Suisse First Boston sur Legrand (11 septembre 2000).

¹⁷⁸ Rapport Crédit Suisse First Boston sur Legrand (11 septembre 2000).

¹⁷⁹ Legrand, Form 20-F SEC.

supérieurs et/ou des prix réduits. En revanche, si une marque cesse de satisfaire les exigences essentielles des installateurs et des tableautiers, ou si elle ne supporte plus la comparaison avec ses concurrents, elle pourra alors perdre rapidement la confiance de ses installateurs et tableautiers traditionnels, et il deviendra difficile de les reconquérir.

492. L'enquête de la Commission montre d'ailleurs que les principaux fabricants tentent de cultiver et de renforcer cette fidélité, en offrant le plus souvent une présence commerciale de proximité, en proposant par exemple des outils de conception du schéma électrique et de chiffrage de l'installation utilisant les produits qu'ils fabriquent (en particulier des logiciels informatiques), en facilitant le montage de leurs produits, en assurant des sessions de formation des installateurs, etc. Ces investissements commerciaux et relationnels représentent d'ailleurs souvent une part appréciable du chiffre d'affaires des marques, pouvant parfois atteindre jusqu'à [10-30]*% des ventes nationales.
493. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties estiment que la Commission surestime la fidélité aux marques, principalement dans le secteur des tableaux de distribution. Elles soutiennent notamment que la Commission applique à ces marchés des caractéristiques qui relèvent plutôt de l'installation répartie, et qu'elle conclut à une fidélité "quasiment absolue" alors que celle-ci n'existe que dans une faible mesure. En effet, les parties avancent, s'appuyant sur les résultats de l'étude menée par le cabinet NERA, que la fidélité à la marques est relativement faible.
494. La Commission dément avoir conclu à l'existence d'une fidélité "quasi absolue". C'est précisément le caractère relatif, et le nécessaire entretien, de cette fidélité, qui justifient les efforts relationnels importants consentis par les fabricants mis en avant par la Commission dans sa Communication de griefs. En résumé, la Commission maintient que la fidélité aux marques augmente le coût de conquête de nouveaux clients, et qu'elle constitue donc une barrière à l'entrée significative. Elle augmente également la tolérance du marché pour des performances légèrement inférieures ou des prix légèrement supérieurs à la moyenne des autres acteurs, et freine donc l'expansion ou le déclin des marques installées sur un marché donné. Mais, du fait de son caractère relatif sur lequel insistent les parties, elle ne permet pas à un acteur installé de maintenir ses positions dès lors que les performances techniques et économiques de ses produits deviennent trop inférieures à ceux des autres marques en place.
495. L'analyse des parties selon laquelle la fidélité aux marques est faible est contredite par l'enquête de la Commission qui démontre l'existence d'une fidélité significative à la marque, y compris dans le secteur des tableaux de distribution. Cette fidélité correspond également à la vision que les parties ont exprimée à plusieurs reprises, d'abord dans le Formulaire CO ("les installateurs sont en général fidèles à une marque et achètent le kit complet chez un seul fabricant, en raison des facilités de montage du tableau, d'esthétique des produits, de fonctionnalisation des appareils et de confiance dans la qualité technique d'un fabricant"¹⁸⁰) puis dans des réponses à des questionnaires ultérieurs ("Schneider et Legrand proposent les [tableaux terminaux]* aux installateurs

¹⁸⁰ P. 54 - Formulaire CO.

électriciens à travers la distribution. Ceux-ci sont en général fidèles à la marque qu'ils ont l'habitude d'utiliser. ”¹⁸¹)

496. La Commission estime également que, face aux résultats de l'enquête, les résultats de l'étude menée par NERA sont insuffisants pour mettre en cause la fidélité significative des marques. En effet, NERA s'appuie sur la présence et l'importance d'efforts promotionnels pour démontrer l'existence d'une forte concurrence par les prix entre fabricants.
497. Or, d'une part, la Commission note que les rabais offerts par les fabricants sont souvent substantiels (entre [10-30]* %), ce qui suggère que le coût de conquête de nouveaux clients (et donc la fidélité) est également substantiel.
498. Et, d'autre part, l'étude menée par NERA ne permet pas d'évaluer la fidélité aux marques, car, si elle met en évidence une forte croissance des ventes du matériel concerné pendant les périodes de promotion, elle ne montre pas en quoi ces ventes accrues ont été conquises auprès d'autres fabricants. Ainsi, la croissance des matériels en promotion pourrait simplement s'expliquer par un phénomène de stockage de la part des grossistes (ou des installateurs fidèles à cette marque qui achètent les matériels à bas prix pour les poser plus tard) ou par la cannibalisation d'autres références du même fabricant (le surcroît de vente sur la référence en promotion se faisant au détriment des ventes d'autres références comparables mais non promues). Ces deux explications sont d'ailleurs largement suggérées par les données utilisées par NERA. En effet, [...]*. Ceci indiquerait donc l'existence d'une très forte fidélité à la marque.
499. En conclusion, la Commission maintient donc qu'en accord avec les résultats de l'enquête, il existe une fidélité significative à la marque pour les tableaux de distribution électriques concernés par les griefs. En tout état de cause, la Commission souligne que le degré de fidélité est sans conséquence sur l'analyse de position dominante. En effet, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, le seul effet de la fidélité est d'élever le coût de conquête de nouveaux clients et de ralentir le déclin d'une marque moins performante. Or, ainsi qu'il sera indiqué plus loin, les raisons pour lesquelles l'opération crée une position dominante tiennent notamment au caractère incontournable de l'entité fusionnée, et à sa capacité de renforcer ses positions existantes et d'affaiblir ses concurrents par un redéploiement de ses marques et ses relations privilégiées avec les grossistes. Une fidélité plus faible réduirait la capacité des concurrents à résister durablement à l'entité fusionnée, et risquerait donc d'accélérer ou d'accentuer les effets de l'opération.

Importance des marques

500. Les considérations précédentes expliquent deux autres caractéristiques majeures du secteur : l'importance des marques, et la recherche de gammes de produits aussi étendues que possible.
501. Les principaux fabricants vendent leurs produits sous une ou plusieurs marques, en fonction des pays et du type de matériel concernés. Ainsi, les parties détiennent chacune au total plus d'une dizaine de marques, de périmètre et de dimension géographique divers. Ces marques figurent en Annexe 2 du présent document.

¹⁸¹ Réponses au questionnaire Article 11 du 28 février 2001, p. 11

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

502. Les résultats de l'enquête menée par la Commission montrent que les marques constituent l'un des éléments majeurs de la concurrence entre fabricants. Comme l'expliquent les parties¹⁸², la marque est un peu la garantie de tout le reste. Ce phénomène peut s'expliquer par les critères de choix des prescripteurs, des installateurs et des tableautiers de taille modérée. Ce sont les marques qui véhiculent la relation entre les fabricants et leurs clients, car ce sont elles qui garantissent à ces derniers que chaque produit offrira les garanties (de sécurité, de facilité de pose, etc.) qu'ils sont habitués à trouver.
503. L'attractivité relative des marques est le résultat du travail commercial de terrain et des investissements promotionnels et relationnels, et des efforts de R&D consentis par les fabricants vis-à-vis des installateurs. L'importance des marques peut donc également s'apprécier par la valeur de ces dépenses, qui peuvent parfois respectivement atteindre [10-30]*% (pour les investissements commerciaux) et [0-20]*% (pour la R&D) des ventes annuelles. Comme le confirment des documents internes des parties, c'est probablement ce qui explique le foisonnement et le maintien des marques détenues par les parties, la suppression d'une enseigne risquant de briser la relation de fidélité entretenue avec les installateurs et de perdre le bénéfice des investissements relationnels passés.
504. L'importance accordée aux marques peut évidemment varier d'un secteur à un autre, et d'un fabricant à un autre. Leur rôle est ainsi nettement plus marqué pour les matériels choisis par des installateurs et les tableautiers de taille modérée (c'est-à-dire pour les tableaux divisionnaires, les tableaux terminaux ou encore les matériels électrique en aval des tableaux terminaux), qui sont généralement fidèles à une marque, que pour les équipements (notamment les tableaux généraux) prescrits et approvisionnés par les grands tableautiers ou les maîtres d'œuvre. De même, les fabricants investiront également plus ou moins sur leurs marques selon le type d'équipements vendus et selon leur positionnement (plutôt concentré vers les applications résidentielles ou tertiaires, ou au contraire plutôt orienté vers les projets industriels).
505. Cela étant, les résultats de l'enquête menée par la Commission montrent que la marque reste l'un des principaux facteurs de choix pour les installateurs. Il convient également de noter que l'importance des marques constitue une forte barrière à l'entrée ou à la diversification, puisque les installateurs ne choisiront le plus souvent que les produits des marques les plus réputées et les mieux distribuées, et éviteront donc les produits de fabricants qu'ils connaissent mal. Comme l'indique Legrand¹⁸³, "les fabricants qui n'ont pas une réputation suffisante pour la fourniture d'une large gamme de produits de qualité dans le long terme font face à des désavantages significatifs, en raison de la réticence des électriciens et des maîtres d'œuvre à tester des nouveaux produits à l'efficacité méconnue".
506. Cette absence de demande pénalisera également les nouveaux entrants dans leurs rapports avec les grossistes, qui auront tendance à ne pas référencer ces produits. Certains fabricants, comme Moeller¹⁸⁴, ont ainsi indiqué que l'accès aux grossistes ne

¹⁸² Réponse au questionnaire du 29 juin (Q. 106).

¹⁸³ Legrand, Form 20-F SEC.

¹⁸⁴ Moeller, réponse au questionnaire phase I.

pouvait pas réussir sans possession d'une marque reconnue. La réticence des grossistes à stocker des produits de marque peu connue accentue davantage les difficultés des nouveaux entrants, puisqu'elle réduit la disponibilité de leurs produits et donc leur attrait pour les installateurs.

507. L'enquête menée par la Commission indique également que l'étendue de la gamme de produits offerte par un fabricant constitue un autre facteur de succès important. Ceci est d'ailleurs confirmé par les parties, qui indiquent (i) que pour être crédible dans les tableaux divisionnaires et les tableaux terminaux, il faut disposer de l'offre complète des composants (armoires, fusibles, disjoncteurs, protections différentielles et appareils de commande, etc.) correspondant à ces tableaux, et (ii) que, dans l'installation répartie, il est nécessaire pour les fabricants de disposer de gammes complètes de produits. Les grands fabricants (comme Schneider, Legrand, ABB, Siemens et GE) proposent ainsi chacun plus de 2 000 références pour les composants de tableaux divisionnaires et plus de 5 000 références pour les composants de tableaux terminaux. Les catalogues de produits des grands fabricants de matériels en aval des tableaux terminaux et d'équipements connexes comptent également plusieurs milliers de références.
508. Les réponses des concurrents et des grossistes suggèrent que les fabricants ont la volonté d'élargir leur offre pour plusieurs raisons. D'une part, il s'agit de répondre à la demande des grossistes, qui souhaitent réduire le nombre de leurs fournisseurs ou tout au moins favoriser les fabricants disposant d'un vaste portefeuille de produits pour optimiser leurs coûts. D'autre part, la présence d'une offre étendue permet d'amortir sur un plus grand volume les efforts consentis par les fabricants en termes de logistique (pour garantir la disponibilité des produits et la faiblesse des délais de livraison), d'investissements promotionnels ou relationnels (formation des installateurs, salons professionnels, etc.), de cohérence esthétique, de R&D, etc.
509. Dans le domaine des tableaux de distribution électrique, le caractère indispensable d'une gamme complète s'explique également par le fait que, pour pouvoir être adaptés à chaque installation particulière, les tableaux doivent satisfaire à un nombre important de configurations. Les fabricants se doivent donc d'offrir une gamme complète de composants (en termes de performances, de type, etc.). De plus pour ce qui concerne les tableaux généraux et divisionnaires, les composants offerts par un fabricant donné ne peuvent pas toujours être adaptés ou montés facilement sur les tableaux de ses concurrents. Compte tenu des spécificités de chaque marque (en termes de performances, de techniques de montage, de dimensionnement, etc.), il serait coûteux pour les tableautiers et les installateurs d'investir (en temps de formation, etc.) sur des fabricants dont les produits ne permettent pas de répondre à l'ensemble des affaires.
510. A l'instar des marques, cette nécessaire étendue de gamme constitue également une barrière à l'entrée et à la diversification des fabricants, ceux-ci devant instantanément fournir à leurs clients un vaste portefeuille de produits.

Barrières à l'entrée

511. Un nouvel entrant sur les marchés en question, devrait partir de zéro pour susciter une demande, accéder aux grossistes et résister à la pression concurrentielle des concurrents existants.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

512. En plus de ces obstacles, les nouveaux entrants devraient faire face à une série de barrières spécifiques. En premier lieu, il apparaît qu'un nouvel entrant doit impérativement offrir une gamme complète de produits pour espérer obtenir la confiance de quelques installateurs et tableautiers, et même seulement imaginer de prendre position chez les grossistes.
513. Dans cette optique, une entrée éventuelle ne pourrait provenir que d'un fournisseur déjà implanté dans le pays en question et souhaitant réaliser une diversification dans les tableaux divisionnaires ou terminaux, ou d'un fabricant étranger disposant d'une gamme complète de composants pour tableaux divisionnaires ou terminaux.
514. L'enquête de la Commission montre également que la première option n'est pas envisageable. A titre d'exemple, les données fournies par les parties montrent que, pour pouvoir produire de façon compétitive des disjoncteurs miniatures ou des disjoncteurs boîtiers moulés, un investissement de l'ordre de [20-50]* M€ et un délai de [1-5]* ans sont nécessaires. Les difficultés semblent être encore plus importantes dans les tableaux divisionnaires, à cause de leur plus grande technicité. Schneider indique ainsi que la mise au point de son dernier disjoncteur boîtier moulé a coûté près de [400-1 200]* M€ en frais de recherche et d'industrialisation. Même en supposant que l'entrant potentiel disposait déjà d'activités dans des marchés voisins (en étant par exemple déjà présent dans les tableaux divisionnaires et se propose d'entrer dans les tableaux terminaux), il devrait réaliser des investissements d'adaptation ou d'extension des outils de production, et ne pourrait pas réellement entrer avant plusieurs années.
515. L'enquête de la Commission confirme que l'entrée d'un fournisseur étranger n'est pas envisageable. Dans ce cas, les barrières à l'entrée ne se situent pas tant du côté de la production que du côté de la demande. Ainsi qu'il a été expliqué plus tôt, la difficulté pour le nouvel entrant serait de susciter une demande dans le pays et d'obtenir un accès suffisant auprès des grossistes. En pratique, selon les parties, un nouvel entrant commence en général par vendre directement aux tableautiers afin de créer une demande qui lui permet ensuite de proposer ses offres aux grossistes qui l'adoptent progressivement. Ce caractère séquentiel implique qu'une telle entrée semble peu applicable dans les tableaux terminaux, puisque ces produits sont essentiellement choisis par des installateurs fidèles à leur marque existante et exigeant une disponibilité immédiate des produits (et donc l'accès préalable aux grossistes). Cela montre que, même dans les tableaux terminaux, un nouvel entrant potentiel ne pourrait pas être en mesure d'opposer une force concurrentielle significative avant un nombre appréciable d'années.
516. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties citent l'entrée récente de Gewiss dans les tableaux terminaux comme un contre exemple à l'analyse qui vient d'être développée. La Commission estime que cet exemple ne remet pas en cause l'importance des barrières à l'entrée. En effet, d'une part, Gewiss s'est étendu grâce à des positions déjà solides sur l'installation répartie en Italie. Partant d'une base de clientèle existante, et étant déjà largement implanté chez les grossistes, il n'a donc pas eu à subir l'essentiel des barrières à l'entrée décrites plus haut, et il disposait donc des meilleurs atouts envisageables pour une entrée dans les tableaux de distribution. En outre, il a pu s'affranchir de contraintes de conception ou de production en approvisionnant certains matériels (notamment des disjoncteurs) auprès d'ABB. Or, malgré cette situation privilégiée, Gewiss ne dépasse pas [0-10]* % des ventes de disjoncteurs miniatures pour tableaux terminaux ou divisionnaires en Italie. Cet exemple confirme donc que, même pour des concurrents

solidement établis, il est impossible d'exercer une pression concurrentielle substantielle avant un grand nombre d'années. On peut en déduire l'étendue des difficultés attendant un entrant placé dans une situation moins favorable.

Faible sensibilité aux prix de la demande

517. Comme l'indique le rapport¹⁸⁵ du Crédit Suisse First Boston, et comme l'attestent les documents internes des parties¹⁸⁶, la demande en matériel électrique dépend essentiellement des projets de construction ou de rénovation dans l'industrie, le secteur tertiaire et le secteur résidentiel. Or, la décision de lancement de tels projets n'est pas influencée par les prix du matériel électrique. D'une part, l'installation électrique ne constitue souvent qu'une part modérée du coût total du projet (compte tenu des frais de maçonnerie, peinture, plomberie, etc.). D'autre part, le matériel électrique ne représente souvent que 20% du coût total de l'installation (les 80% restants provenant essentiellement de frais de main d'œuvre). Une augmentation d'ensemble des prix des matériels électriques n'aurait donc qu'un faible effet (voire un effet nul) sur la demande pour ces matériels.
518. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties contestent cette faible sensibilité aux prix de la demande. Elles se fondent en cela sur les résultats de l'étude menée par le cabinet NERA, qui montrent que le lancement d'une promotion sur un matériel donné mènera à une augmentation des ventes de ce matériel (au moins pendant la période de promotion).
519. La Commission ne peut pas suivre cette analyse. En premier lieu, elle note que les parties opèrent une confusion entre l'élasticité du marché (qui décrit dans quelle mesure un monopole hypothétique pourrait élever les prix de façon profitable) et les élasticités croisées entre fabricants (qui décrit dans quelle mesure un fabricant donné est soumis à la pression concurrentielle d'un autre fabricant donné). Ces deux élasticités mesurent des pressions concurrentielles différentes : l'élasticité totale du marché reflète la concurrence exercée sur tous les produits du marché par les produits hors du marché, et l'élasticité croisée mesure la pression exercée sur un produit du marché par un autre produit du marché. Pour prendre un exemple, l'élasticité du marché de disjoncteurs mesure la proportion de disjoncteurs qui ne serait plus achetée en cas d'augmentation de 1% du prix des disjoncteurs. En revanche, l'élasticité croisée entre fabricants A et B mesure la proportion de ventes perdues par A en cas de baisse de 1% du prix des disjoncteurs de B. Dans des marchés à produits différenciés, comme c'est le cas ici, il est tout à fait possible que l'élasticité totale soit très différente de l'élasticité croisée entre fabricants. Les arguments des parties concernant une forte élasticité croisée n'affectent donc en rien l'analyse de la Commission concernant l'élasticité totale du marché.
520. Par ailleurs, la Commission ne souscrit pas aux conclusions que les parties dégagent de l'étude menée par NERA. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, le fait que les promotions augmentent temporairement les ventes des matériels concernés ne prouve pas que ces ventes soient gagnées à l'encontre des concurrents. Ainsi qu'il est indiqué aux paragraphes 496 et 497 ci-dessus, d'autres explications possibles et sans doute probables pourraient être un phénomène de stockage, ou la cannibalisation d'autres produits du

¹⁸⁵ Rapport Crédit Suisse First Boston sur Legrand (11 septembre 2000).

¹⁸⁶ Legrand, Plans Moyens Terme et Schneider, Plans à 3 ans.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

même fabricant. Les données fournies par NERA ne permettent donc pas d'estimer l'élasticité croisée entre fabricants.

C.1.2 Schneider et Legrand deviendront grâce à la concentration un acteur incontournable des marchés en cause

Des parts de marché indicatives de dominance

Méthodologie

521. Les parties soutiennent que l'opération ne conduit pas à la création ou au renforcement d'une position dominante dans les marchés liés aux tableaux divisionnaires et terminaux. En particulier, selon les parties, les parts des ventes de la nouvelle entité ne dépasseraient pas [15-35]*% au niveau communautaire, et un maximum de [35-55]*% au niveau national (en France).
522. Toutefois, la Commission estime que la méthodologie de calcul des parts de marché proposée par les parties conduit à sous-estimer fortement les positions réelles des fabricants sur les marchés concernés.
523. En effet, les parties ont calculé les parts de marché des fabricants en divisant le montant des ventes des fabricants à leurs clients directs (essentiellement les grossistes et les tableautiers) par le volume total d'achat des produits correspondants par les installateurs électriques (c'est-à-dire les clients des grossistes et des tableautiers). Le dénominateur n'est donc pas homogène avec le numérateur, puisqu'il inclut la part de valeur ajoutée attribuable aux tableautiers et aux grossistes, ainsi que le montant des divers composants de tableaux qui ne sont normalement pas fournis par les fabricants mais qui sont intégrés par les tableautiers. Ces contributions pouvant atteindre des valeurs significatives ([10-30]*% pour les grossistes, [10-30]*% pour les tableautiers et [10-30]*% pour les composants divers), elles conduisent à une sous-estimation substantielle de la part de marché des fabricants et doivent donc être éliminées de la valeur totale du marché. Une telle méthode aboutirait au résultat absurde qu'un monopolist hypothétique au niveau de la production d'un composant clé (par exemple les disjoncteurs miniatures) ne se verrait pas attribuer une part de marché de 100% mais "partagerait" sa part de marché avec ses clients.
524. A la demande de la Commission, les parties ont donc fourni des estimations corrigées des parts de marché, éliminant les valeurs ajoutées et les marges des acteurs aval (grossistes et tableautiers), ainsi que le montant des composants non-fournis par les fabricants.
525. Les parties ont également proposé de comptabiliser dans le volume total du marché les ventes réalisées par certains fabricants verticalement intégrés (ABB et Siemens) en tant qu'installateurs ou tableautiers. La Commission ne souscrit pas à cette opinion et considère, au contraire, que ces ventes ne doivent être intégrées ni dans le calcul de la taille du marché total, ni dans les parts de marché des acteurs en question. Tout d'abord, ces chiffres ne sont pas homogènes avec les autres ventes et reproduisent donc les biais introduits par les parties dans leur calculs initiaux ; il aurait fallu prendre les ventes internes des entreprises en cause. Ensuite, même en supposant que les parties aient comptabilisé correctement les ventes internes des tiers en question, de telles ventes correspondent à des produits qui n'ont pas été mis sur le marché, et pour lesquels il n'a

pas existé de concurrence. Les ventes internes n'étant pas soumises aux conditions réelles du marché, elles n'ont aucun impact sur le pouvoir de marché des fabricants sur le marché "libre". L'intégration de ces ventes ne reflèterait donc pas le pouvoir de marché des fabricants. Ceci mènerait donc à une sous-estimation du pouvoir de marché que les producteurs peuvent effectivement exercer envers leurs clients directs.

526. La Commission a par ailleurs cherché à vérifier l'ampleur des ventes internes attribuées par les parties à ABB et Siemens dans leur estimation de parts de marché. D'après les parties ces ventes intégrées s'établiraient à approximativement [400-1 200]* m€ pour chacune de ces deux entités. Ces chiffres ne devraient pas être intégrés tels quels dans les calculs de part de marché puisqu'ils représentent, selon les parties, des chiffres d'affaires résultant de ventes au niveau d'installateurs. Il faudrait donc défalquer les coûts de main d'oeuvre (environ 80%), la valeur ajoutée de tableautier (15% du solde) et la marge des distributeurs (20% du solde) pour pouvoir intégrer une valeur homogène dans les calculs de part de marché. Ainsi, les chiffres de ventes internes fournis par les entreprises en question sont très sensiblement inférieurs et ne conduiraient pas à changer significativement les parts de marché calculées hors ventes internes et telles que présentées ci-dessous.
527. Lors de l'audition, un représentant de Siemens a indiqué que les ventes internes de son entreprise représentaient moins de 5% de son chiffre d'affaires pour ce qui concerne les tableaux électriques. Les données confidentielles concernant les ventes internes fournies par les autres tiers dans le courant de l'enquête de la Commission sont également cohérentes avec le chiffre de 5%. De même, l'estimation fournie par les parties du chiffre d'affaires résultant des ventes intégrées de leurs concurrents de [400-1 200]* m€ correspond à environ [50-100]* m€ en termes de ventes internes (en ayant ôté les coûts de main d'oeuvre, la valeur ajoutée de tableautier et les marges de distributeurs). Or les parties estiment la taille des marchés de tableaux divisionnaires et terminaux en Europe (hors valeur ajoutée des tableautiers et marges de distributeurs) à environ [2 000 – 4 000]* m€. Le rapport entre les ventes internes et la taille des marchés telles qu'estimée par les parties est alors de l'ordre de [0-10]* %, soit un montant cohérent avec l'estimation fournie par Siemens.
528. Les conclusions en terme de parts de marché ne sont pas affectées par la prise en compte de ces ventes internes. Ainsi, en faisant l'approximation très généreuse que seuls Schneider et Legrand ne disposeraient pas de ventes internes et que le reste des acteurs sur le marché réaliseraient [0-10]* % de leurs ventes au sein de leur groupe, et en intégrant ces ventes internes dans le volume total du marché, la part de marché combinée de l'entité fusionnée dans chacun des marchés concernés baisserait au maximum de 3 points. Ceci n'affecte que marginalement le niveau élevé de ces parts de marché et n'altère pas matériellement la taille relative de l'entité fusionnée vis-à-vis de ses concurrents.
529. A la lumière de ce qui précède, la Commission estime que les parts de marché doivent être calculées sur la seule base des ventes externes des parties et de leurs concurrents auprès de leurs clients directs. Le volume du marché (et les ventes correspondantes des acteurs sur le marché) ne doit donc intégrer, ni les ventes internes de fabricants verticalement intégrés, ni la valeur ajoutée ou la marge correspondant à des opérations (intégration du tableau, prestations des grossistes) effectuées en aval de celles des fabricants. C'est sur cette base que sont calculées les parts de marché figurant dans toute la suite du présent document.

Tableaux divisionnaires

530. Pour ce qui concerne les tableaux divisionnaires et leurs composants (disjoncteurs boîtiers moulés, disjoncteurs miniatures et éléments d'armoire), l'opération ne créera d'additions de parts de marché qu'en France, en Italie et en Norvège, les seuls pays dans lesquels Legrand est présent.

531. Le tableau 27 ci-dessous fournit les estimations des parts sur la base des ventes de disjoncteurs boîtiers moulés, disjoncteurs miniatures et d'armoires.

Tableau 27

Chiffres 2000	Disjoncteurs boîtiers moulés (%)				Disjoncteurs miniatures (%)				Armoires (%)			
	F	IT	N	EEE	F	IT	N	EEE	F	IT	N	EEE
Schneider	[60-70]*	[30-40]*	[20-30]*	[30-40]*	[60-70]*	[20-30]*	[0-10]*	[30-40]*	[30-40]*	[20-30]*	[20-30]*	[20-30]*
Legrand	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[20-30]*	[0-10]*	[0-10]*
S + L	[60-70]*	[40-50]*	[20-30]*	[30-40]*	[70-80]*	[40-50]*	[0-10]*	[30-40]*	[50-60]*	[40-50]*	[20-30]*	[20-30]*
Hager	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Siemens	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[20-30]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*
ABB	[0-10]*	[20-30]*	[30-40]*	[20-30]*	[10-20]*	[20-30]*	[50-60]*	[20-30]*	[0-10]*	[20-30]*	[50-60]*	[10-20]*
GE	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*

Source : courrier électronique des parties du 25 juillet 2001.

532. Ces chiffres sont cohérents, même si en général inférieurs, avec les parts de marché des parties estimées sur la base d'un marché dont la taille est calculée à partir des ventes des tiers identifiées par elles comme actifs sur le marché et fournies en réponse à l'enquête de la Commission.

533. Il résulte de ces estimations de parts de marché que la transaction notifiée donnerait une position très forte à l'entité combinée sur les marchés français et italiens de disjoncteurs boîtier moulé, disjoncteurs miniatures et armoires de tableaux divisionnaires avec respectivement environ [70-80]* % et [40-50]* % des marchés en question. Mis à part les concurrents indiqués dans le tableau 27, l'entité combinée ferait face à une concurrence dispersée de la part des tableautiers. L'entité combinée aurait également une position prépondérante à l'échelle européenne avec des parts des ventes pour les disjoncteurs boîtier moulé et miniatures légèrement inférieures à [40-50]* %.

Tableaux terminaux

534. L'opération créera des additions de parts de marché dans tous les Etats membres. Cependant, il apparaît que l'opération ne soulèvera des difficultés concurrentielles que dans cinq pays (France, Italie, Danemark, Espagne et Portugal). Les parts de marchés des parties et de leurs concurrents dans ces pays (et au niveau communautaires) peuvent être résumées comme suit :

Tableau 28

Chiffres 2000	Disjoncteurs miniatures (%)						Protections différentielles (%)						Coffrets (%)					
	P	SP	F	IT	Dk	EE E	P	SP	F	IT	Dk	EEE	P	SP	F	IT	Dk	EE E
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]*

Source : estimation des parties.

535. Ces chiffres sont cohérents, même si en général inférieurs, avec les parts de marché des parties estimées sur la base d'un marché dont la taille est calculée à partir des ventes des tiers identifiées par elles comme actifs sur le marché et fournies en réponse à l'enquête de la Commission.

536. Il en résulte que la transaction notifiée aboutira à la création de positions très fortes sur les marchés de disjoncteurs miniatures, interrupteurs différentiels et coffrets de tableaux terminaux au Portugal et au Danemark et renforcera les positions déjà prépondérantes de respectivement Schneider en Espagne et en France et Legrand en Italie.

Disjoncteurs de branchement

537. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, l'usage des disjoncteurs de branchement obéit à des considérations distinctes (essentiellement le comptage de la consommation et la prévention du vol d'énergie), et ce dispositif n'est requis que dans quelques Etats membres. En pratique, l'opération ne conduira à des additions de parts de marché qu'en France et au Portugal pour ce type de composant. Ces additions de part de marché sont illustrées dans le tableau 29 ci-dessous. Les parts attribuées à Schlumberger sont affectées à l'entité combinée car les produits vendus par Schlumberger sont fabriqués par

une entreprise, la Serd, contrôlée par Legrand, dans laquelle Schlumberger détient une participation minoritaire de [30-40]*%. Par ailleurs, il faut noter que les produits vendus par Hager en France semblent être achetés par cette dernière auprès de Schneider.¹⁸⁷

Tableau 29

Disjoncteurs de branchement		
	Por	Fr
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]*	-

Source : estimation des parties.

Analyse au niveau des “ solutions ”

538. Ainsi qu’il a été indiqué plus haut, un examen au niveau de l’ensemble des composants nécessaires à un type de tableau, c’est-à-dire au niveau des “ solutions ” telles que décrites par les parties, ne change pas significativement les conclusions développées au niveau de chaque composant. En effet, au niveau des solutions, les parts de marché des parties et de leurs concurrents peuvent être résumées comme suit :

Tableau parts de marché solutions

	Tableaux divisionnaires				Tableaux terminaux					
	F	IT	N	EEE	P	SP	F	IT	Dk	EEE
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]*
S + L	[50-60]*	[30-40]*	[10-20]*	[20-30]*	[40-50]*	[50-60]*	[70-80]*	[40-50]*	[40-50]*	[30-40]*
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]*

Source : parties

539. Pour les tableaux terminaux, les parts de marché des solutions sont équivalentes à celles des composants. Pour les tableaux divisionnaires, les parts de marché au niveau des solutions sont légèrement inférieures à celles des composants. Il faut toutefois noter que, pour ce qui concerne les tableaux divisionnaires, les estimations ci-dessus sous-estiment

¹⁸⁷ Message électronique des parties du 28 février 2001.

la part de marché réelle de l'entité fusionnée. En effet, ces chiffres, qui ont été fournis par les parties, sont calculés sur la base d'agrégats contenant des éléments qui ne sont normalement pas produits par les fabricants de matériel électrique de basse tension. Ces éléments représentent [20-30]* % de la valeur (avant valeurs ajoutées) d'un tableau. Une fois ce facteur de distorsion éliminé, les parts de marché au niveau du tableau sont cohérentes avec celles calculées pour les composants ci-dessus.

L'acquisition d'une position de puissance inégale

540. L'entité combinée Schneider / Legrand acquerra une position de puissance inégale par l'opération notifiée à la fois en termes de taille relative sur les marchés en cause, l'élimination d'un moteur de la concurrence par la disparition de la rivalité entre Schneider et Legrand dans certains marchés et l'émergence de leaderships dans d'autres marchés mais aussi par la panoplie de produits, la couverture géographique et l'ensemble de marques dont elle disposera.
541. L'entité fusionnée héritera également de tous les avantages concurrentiels de ses mères, notamment la réputation de leurs marques, la profondeur de leurs gammes et la qualité de leurs relations avec les installateurs et les grossistes nationaux. Tous ces facteurs renforceront encore la fidélité des installateurs et des tableautiers pour rendre l'entité fusionnée incontournable sur ces marchés, et ils constitueront autant d'obstacles au développement des marques concurrentes et à l'entrée de nouveaux fabricants.

Une entité de taille inégale

542. Les données fournies par les parties démontrent que l'entité combinée détiendra une position très forte en termes absolus et relatifs à la taille des concurrents les plus directs. Sur les marchés de disjoncteurs pour tableaux divisionnaires, la part de marché de l'entité fusionnée représentera sept fois celle de son concurrent le plus proche, GE, en France. Ce ratio serait de presque deux fois en Italie vis-à-vis du second acteur, ABB. Sur les marchés de composants pour tableaux terminaux, l'entité combinée serait à peu près deux fois plus grosse que le second au Portugal et au Danemark, trois fois en France et en Italie, quatre fois en Espagne.
543. Les tableaux de parts de marché ci-dessus montrent également que, le plus souvent, l'une ou l'autre des parties détenait déjà des positions très conséquentes avant l'opération. Legrand est ainsi le leader incontesté des tableaux terminaux en Italie, tandis que Schneider occupe une très nette première place en Espagne (à la fois pour les tableaux divisionnaires et les tableaux terminaux) et en France. Ce phénomène est encore plus marqué dans les tableaux terminaux en France, où Schneider et Legrand possèdent respectivement les premier et second (à égalité avec Hager) volumes de ventes.
544. Il s'ensuit que, malgré les recouvrements significatifs entre Schneider et Legrand, l'opération ne doit pas être analysée comme une fusion de deux acteurs de taille moyenne acquérant soudainement la première place de leur secteur, mais plutôt comme le renforcement substantiel du leader existant (via l'acquisition de marques et d'activités supplémentaires) et l'élimination d'un concurrent immédiat.

La disparition de la rivalité entre Schneider et Legrand et l'émergence d'un leader incontestable sur les marchés concernés

545. Avant l'opération, l'une ou l'autre des parties constituait déjà la référence concurrentielle sur les marchés concernés. C'est notamment le cas pour Schneider au Danemark, en Espagne, au Portugal et en France (sur les tableaux divisionnaires, les tableaux terminaux et leurs composants) et pour Legrand en Italie. Il apparaît également que la partie la moins forte détient aussi des positions significatives sur ces marchés, qu'elle y jouit d'une bonne réputation et d'un accès privilégié aux principaux grossistes internationaux. Ceci est notamment le cas de Legrand en France où cette entreprise détient des positions très significatives sur d'autres marchés de produits basse tension. Cette décision constate ainsi que Legrand dispose déjà de positions dominantes sur les marchés de prises et interrupteurs, des appareillage étanche, des matériels de fixation et de dérivation et les BAES. L'adossement des activités tableaux électrique de Legrand sur ses positions sur ces derniers marchés lui a facilité les conditions d'accès aux distributeurs et une reconnaissance de marque. Inversement, Legrand note dans son plan moyen terme pour la France [...]*
546. L'opération confortera encore ces positions. Il est ainsi évident qu'en combinant les activités des deux parties, l'opération permettra à l'entité fusionnée d'accentuer encore son emprise sur le marché et d'accroître l'écart la séparant de ses concurrents les plus proches. La fusion de Schneider et de Legrand éliminera également la compétition entre les deux entreprises, dont la rivalité semblait constituer un élément central de la concurrence dans les pays concernés.
547. Par exemple, en France, la concurrence entre Schneider et Legrand semble être particulièrement vive dans les tableaux divisionnaires et terminaux, puisque, selon des documents internes¹⁸⁸ de Legrand, Schneider (traditionnellement orienté sur le tertiaire et l'industrie) vise désormais à conquérir le segment résidentiel et à en détrôner Legrand. Schneider et Legrand étant les deux principaux fournisseurs de tableaux divisionnaires et terminaux en France, l'intensité de la concurrence entre ces deux entreprises conditionne dans une large mesure l'intensité de la concurrence sur l'ensemble de ces marchés. Ceci est d'autant plus vrai que Legrand dispose d'une reconnaissance de marque et d'un accès privilégié à la distribution en France grâce à ses positions sur les marchés d'appareillages ultra-terminaux. Par exemple, Legrand décrit le fait qu'il est "très présent chez les installateurs via d'autres produits" comme un "point d'ancrage".¹⁸⁹ L'enquête de la Commission montre la présence d'effets similaires au Portugal : les documents Legrand montrent [...]*
548. Parallèlement, la transaction permet à l'entité fusionnée d'accéder à une position de leader incontestable sur les marchés de composants de tableau terminal au Portugal et au Danemark où ils faisaient face à une concurrence non négligeable (en termes de parts de marché) de la part d'entreprises tierces.
549. Finalement, l'opération notifiée renforcera la taille déjà prépondérante de l'une ou l'autre des entreprises sur les marchés de composants de tableau divisionnaire en France et en

¹⁸⁸ Legrand, Plans Moyen Terme.

¹⁸⁹ Legrand, plans à trois ans.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Italie et sur les marchés de ventes de composants de tableau terminal en Espagne, France et Italie.

L'entité combinée disposera d'une panoplie de produits et d'une couverture géographique inégales

550. Dès avant l'opération proposée, les parties disposaient chacune d'un très large éventail de produits dans le secteur des matériels électriques basse tension. Elles détenaient le plus souvent des positions très appréciables pour certains de ces produits et dans certaines zones géographiques. Ainsi, l'opération notifiée permettrait aux parties de combiner les positions fortes de Schneider dans les pays nordiques pour ce qui est des équipements électriques situés en aval des tableaux terminaux avec celles de Legrand dans le sud de l'Europe. De même, Schneider apporte sa présence forte sur toutes les catégories de tableaux de distribution électrique et l'adosse à la forte présence de Legrand sur l'ensemble des produits en aval.

551. Après l'opération notifiée, il n'existerait que deux pays de l'EEE (l'Allemagne et la Finlande) dans lesquels l'entité combinée ne disposerait pas de positions prépondérantes. Plus généralement, il convient également de signaler que Schneider déclare occuper le second rang mondial dans les matériels électriques basse tension, tandis que Legrand se présente comme le leader mondial de la distribution électrique ultra terminale. Le tableau ci-dessous illustre la force de l'entité combinée sur l'ensemble des marchés de matériels électrique de basse tension.

Tableau 30

	Tableaux Généraux (DFI)	Tableaux Divisio (DBM)	Tableaux Terminau	Supports Câble	CEP	Ultra Terminal	Dériv et Fixation	Chemin. en Ambiance
Autriche	*****	***	*	-	*****	**	-	***
Belgique	*****	*****	***	*	*****	**	-	***
Allemagne	*	-	-	-	***	-	-	-
Danemark	**	****	****	**	*****	*****	*****	*
Espagne	****	*****	*****	-	****	***	*	**
France	*****	*****	*****	-	*****	*****	*****	*****
Finlande	*	***	**	-	**	***	**	**
Grèce	*	**	**	-	*****	*****	-	*
Italie	**	****	****	**	**	*****	**	*
Irlande	**	***	**	-	*****	*	-	-
Pays-Bas	****	***	**	***	****	-	-	*
Portugal	**	***	****	-	*****	****	-	*****
Royaume-Uni	*****	****	***	****	*	*	-	**
Suède	**	***	***	*****	*****	****	***	*****
Norvège	**	**	**	****	**	****	*****	*****

Légende : une étoile (*) représente une part des ventes entre 10-20% et ainsi de suite jusqu'à cinq étoiles (*****) qui représentent toute part des ventes supérieure à 50%.

Sources: parts de marché fournies par les parties pour 1999 dans le formulaire CO et ultérieurement.

552. Il faut noter la position très forte que les parties acquerraient sur l'ensemble des marchés français avec des parts des ventes supérieures à [40-60]*% sur l'ensemble des marchés mis à part les supports de câbles et les cheminements en ambiance (néanmoins

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

supérieure à [40-60]*%). Aucun des concurrents de Schneider / Legrand ne disposerait d'une telle panoplie de produits et d'une telle couverture géographique avec des positions fortes sur les marchés en cause. Seul ABB serait capable de présenter une panoplie de produit et une couverture géographique qui soient comparables.

553. Parmi les autres fabricants, seuls Siemens et Hager sont présents dans plusieurs marchés de produits et marchés géographiques dans l'EEE. Tous les autres concurrents sont soit des acteurs locaux soit des acteurs de niches, le plus souvent dans les marchés des équipements électriques situés en aval des tableaux terminaux.

L'entité combinée disposera d'un ensemble de marques inégalé

554. La force de l'une et/ou l'autre des parties sur chaque marché s'explique le plus souvent par la puissance de ses marques. Comme l'indiquent les parties¹⁹⁰, "nous disposons d'un portefeuille de marques superbes et diversifiées. De plus, nos deux groupes ont démontré une réelle aptitude à gérer plusieurs marques, toujours dans l'optique de rester proches du marché, et sont donc habitués à capitaliser fortement sur ces marques."

555. La qualité de l'image des marques de Schneider et de Legrand ne fait aucun doute. En Italie, où il exploite les marques Legrand et surtout Bticino, Legrand¹⁹¹ cite "l'image de la marque Bticino", "l'emploi synergique des marques Legrand et Bticino" et "l'image de la marque et [la]* confiance dans la société et dans le produit" comme trois de ses principales forces. En Espagne, Schneider¹⁹² rappelle que sa marque Eunea Merlin Gerin constitue déjà "un acteur majeur" du marché, et qu'elle pourra encore être consolidée via "l'image de marque, appuyée par Schneider". En France, enfin, Legrand indique que l'une de ses principales forces est sa "notoriété". La notoriété et l'image de marque des parties sont évidemment encore accrues par leur présence sur l'essentiel du secteur du matériel électrique basse tension ainsi qu'illustré par le tableau 30 ci-dessus.

556. Les documents internes¹⁹³ des parties montrent que la réputation d'une marque peut à elle seule constituer un avantage concurrentiel significatif. Cela semble être notamment le cas en Italie, où "le marché se concentre sur les trois premières marques (Bticino, ABB et Merlin Gerin)", ainsi qu'en France, où "les clients ont besoin d'être rassurés par la marque."

557. Mais l'enquête de la Commission montre également que la force des marques de Schneider et de Legrand repose aussi sur leur capacité à satisfaire les besoins des installateurs et des tableautiers. En particulier, la Commission a demandé aux grossistes de classer les fabricants en fonction de leur capacité à satisfaire, pour chaque pays, chacun des 9 critères suivants : qualité des produits, marque, prix, rapidité de livraison, design et esthétique, facilité d'installation, avance technologique, gamme complète de produits et enfin support technique. Il ressort de cette enquête qu'à de rares exceptions près, Schneider figure généralement parmi les trois meilleurs fournisseurs pour chaque

¹⁹⁰ Réunion d'information Schneider Electric/Legrand, 15 janvier 2001.

¹⁹¹ Legrand, Plans Moyen Terme.

¹⁹² Schneider, Plan à 3 ans (2001-2002-2003).

¹⁹³ Legrand, Plans Moyen Terme.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

critère ; et qu'en France et en Italie, Schneider et Legrand bénéficient le plus souvent des deux meilleures réputations pour l'ensemble des critères.

558. Ainsi que cela a été exposé précédemment, les marchés concernés se caractérisent par une forte loyauté des installateurs et des tableautiers. Les fortes positions concurrentielles des parties, jointes à leur capacité de répondre de façon performante aux besoins de leurs clients, constituent donc des bases particulièrement solides.
559. Mais il apparaît également que les parties réalisent chaque année des investissements significatifs en termes de promotion et de fidélisation de leurs clients. Les parties indiquent ainsi qu'elles assurent une présence commerciale chez le client pour l'aider à choisir les produits, notamment par des réseaux d'agences et de forces de vente dans chaque pays, et qu'elles proposent toute une gamme de produits et de services renforçant leur proximité et leurs relations avec les installateurs. Il s'agit ainsi, pour les produits, de logiciels de chiffrage et de dimensionnement des installations électriques ou de guides techniques ; et, pour les services, de sessions de formation (pour Legrand), d'assistance téléphonique en ligne, de réponses aux questions techniques, etc. Ainsi qu'il a été indiqué plus haut, ces efforts peuvent représenter jusqu'à [10-30]*% de leur chiffre d'affaires.
560. En outre, certains documents internes des parties laissent à penser que leurs efforts dans cette direction peuvent être significativement plus importants que ceux de leurs concurrents. Legrand¹⁹⁴ indique ainsi qu'en Italie, "Bticino est l'entreprise qui a la plus grande présence de vendeurs sur le marché." De même Schneider¹⁹⁵ décrit-il son ambition de "bâtir une approche de chaque client sans équivalent sur le marché français." Enfin, en Espagne, Schneider¹⁹⁶ cite la "couverture du territoire par la force de vente" comme l'une de ses principales forces concurrentielles, [...]*.
561. Il convient enfin de noter que la loyauté des installateurs et des tableautiers est renforcée par l'étendue du portefeuille de produits des parties (dans la distribution terminale, dans l'installation répartie, etc.), et par leurs positions concurrentielles parfois considérables dans d'autres produits approvisionnés par les installateurs comme cela est illustré dans le tableau 30 ci-dessus. Ceci accroît encore la fréquence d'utilisation et la notoriété des produits des parties, la familiarité des installateurs avec ces marques, et donc l'utilisation des tableaux de distribution concernés. Comme l'indique Legrand¹⁹⁷, [...]*
562. L'opération proposée devrait également permettre à l'entité combinée de mieux exercer son pouvoir de marché en renforçant et focalisant ses marques. Ceci accentuerait le caractère incontournable des parties dans leurs relations avec les grossistes. De plus, en focalisant les marques sur des positions de référence dans chacun des trois segments d'applications (industrie, tertiaire et résidentiel) des marchés concernés, les parties seraient mieux en mesure d'isoler les effets de leurs actions sur leurs concurrents.

¹⁹⁴ Legrand, Plans Moyen Terme.

¹⁹⁵ Schneider, Plan à 3 ans.

¹⁹⁶ Schneider, Plan à 3 ans.

¹⁹⁷ Legrand, Plans Moyen Terme.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

563. En premier lieu, l'opération devrait permettre à l'entité combinée d'étendre son pouvoir de négociation vis-à-vis des grossistes sur l'ensemble des marques dont elle disposera. Après la fusion, l'entité fusionnée pourrait ainsi décider d'étendre à Legrand les dispositions des [...]*, accordées à [...]*. Ceci devrait particulièrement fortifier Legrand en [...]*, qui cite¹⁹⁸ la distribution limitée de ses produits, et leur présence limitée chez les grands grossistes, parmi ses principales faiblesses dans ce pays. De même, Legrand pourrait obtenir un meilleur accès aux grossistes au [...]* où il semble que cela ait été un obstacle à son développement. Enfin, Schneider pourrait voir son accès à la distribution en Italie renforcé grâce aux positions acquises par Legrand dans ce pays.
564. L'opération permettra également d'accroître la notoriété et la présence des marques des deux parties en les faisant bénéficier toutes les deux des efforts promotionnels et relationnels consentis par les parties dans ces pays.
565. L'enquête de la Commission montre également que, si Schneider et Legrand se livraient traditionnellement une vive concurrence sur les marchés concernés, ils possèdent traditionnellement des pôles d'excellence distincts et complémentaires. Schneider semble ainsi spécialement briller dans les applications tertiaires et industrielles, tandis que Legrand semble tout particulièrement s'illustrer dans le secteur résidentiel. Après l'opération, l'entité fusionnée détiendra donc une marque de référence dans chacune des trois grandes applications des tableaux de distribution électrique. A l'exemple de ce qu'a fait Legrand après l'acquisition de Bticino, l'entité fusionnée pourra donc décider d'accentuer la spécialisation de chacune de ses marques et de concentrer les efforts de chaque enseigne sur son pôle traditionnel d'excellence, afin d'offrir à la fois une couverture totale du spectre de la demande et une réponse optimale aux besoins de chaque catégorie de clientèle. En mettant en œuvre cette stratégie, l'entité fusionnée pourra donc tout ensemble renforcer la position de chaque marque et combler les lacunes éventuelles de chacune des parties. L'entité fusionnée sera donc encore plus puissante que ne l'étaient les deux parties réunies, ce qui accroîtra son emprise sur les marchés concernés et restreindra encore la capacité des concurrents existants et potentiels à rivaliser avec elle.

C.1.3 Absence de contrainte significative de la part de la demande

566. Les parties réalisent une part souvent considérable de leurs ventes sur les marchés concernés par l'intermédiaire de grossistes, dont certains (Rexel, Sonepar et Hagemeyer) sont des grands groupes internationaux. Il est donc nécessaire d'examiner si les grossistes sont en mesure d'exercer une puissance d'achat suffisante sur l'entité fusionnée pour en contraindre substantiellement le comportement concurrentiel. Pour les raisons qui sont exposées ci-dessous, la Commission estime que ce n'est pas le cas.

L'entité fusionnée constituera un partenaire incontournable pour les grossistes

567. En premier lieu, elle relève que l'entité fusionnée constituera un partenaire incontournable pour la plupart de ses grossistes. Il apparaît en effet (i) que l'entité fusionnée capturera une proportion très appréciable (dans certains cas, plus de [40-50]* % des ventes nationales) des chiffres d'affaires globaux des grossistes ; (ii) que l'entité fusionnée offrira une panoplie de matériels électriques inégalée, combinant les

¹⁹⁸ Legrand, Plans Moyen Terme.

portefeuilles du second fabricant mondial de produits basse tension et du leader mondial de la distribution électrique ultra terminale ; (iii) que l'entité fusionnée détiendra le plus souvent des positions concurrentielles considérables dans chaque pays (voir le tableau 30 ci-dessus). Le caractère incontournable de l'entité fusionnée sera particulièrement aigu en France et dans une moindre mesure en Espagne, Italie et Portugal.

568. Cela ressort par exemple très clairement des [...] que Schneider a déjà pu tisser avec ses principaux grossistes en [...]*, et des relations privilégiées que Legrand déclare avoir nouées avec les [...] grossistes en France et en Italie.

569. Dans ses documents internes¹⁹⁹, Legrand indique d'ailleurs [...]*. Legrand²⁰⁰ indique ainsi qu'il bénéficie de "très bonnes relations avec la distribution" en [...]*, et qu'il "entretient des relations étroites avec les distributeurs français, dont certains acceptent de maintenir certains des produits prioritaires de Legrand en stock à tout instant."

570. Cette situation est encore plus évidente pour Schneider, [...]*²⁰¹.

571. La situation est identique en [...]*, où Schneider conclut des lettres d'objectifs annuels avec [...]*. Il en est de même [...]*.

572. Ce phénomène s'explique de plusieurs façons. En premier lieu, et ainsi qu'il vient d'être expliqué, les parties constituent parfois des acteurs incontournables sur certains marchés, compte tenu de la forte préférence des installateurs et des tableautiers pour les produits des parties.

573. Plus généralement, l'enquête de la Commission a établi que les parties représentaient chacune une proportion très significative du chiffre d'affaires des principaux grossistes. Le tableau 31 ci-dessous donne pour chacun des grands fabricants de matériel électrique de basse tension une fourchette du pourcentage des ventes (tous produits confondus) du grossiste Rexel qu'ils représentent. Il est apparent qu'à l'issue de la concentration, l'entité combinée représentera presque la moitié des ventes de Rexel en France, ce qui reflète les positions très fortes et complémentaires de chacune des parties avant la fusion, et une proportion des ventes de Rexel de grande ampleur en Italie et Portugal et que dans chacun de ces pays les ventes de ses produits seront proportionnellement beaucoup plus importantes que celles de ses concurrents. Schneider / Legrand en Espagne sera également relativement plus important que ses concurrents. Les autres grands groupes de grossistes ont fourni des données similaires à la Commission.

Tableau 31

	Schneider / Legrand	Siemens	Möller	Gewiss	ABB	GE	Hager	Autres
Autriche	0-10	0-10	0-10	0-10	10-20	-	0-10	> 70
Belgique	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 70
Allemagne	0-10	0-10	0-10	-	10-20	0-10	10-20	> 50
Espagne	10-20	0-10	0-10	-	0-10	-	0-10	> 70
France	40-50	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 40

¹⁹⁹ Legrand, Plans Moyen Terme.

²⁰⁰ Legrand, Plans Moyen Terme et Form 20-F SEC.

²⁰¹ Schneider, Convergence mode d'emploi.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Italie	30-40	0-10	-	0-10	0-10	0-10	0-10	> 50
Pays-Bas	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
Royaume-Uni	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 80
Suède	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80

Source : Rexel, réponse au questionnaire de seconde phase.

574. Ceci s'explique par le fait que les parties offrent chacune un très large éventail des matériels électriques basse tension distribués par ces grossistes, et qu'elles détiennent le plus souvent des positions très appréciables pour chacun de ces produits (voir le tableau 30 ci-dessus). Le tableau 31 ci-dessus illustre la force de l'entité combinée sur l'ensemble des marchés de matériels électrique de basse tension.

575. Les parties bénéficient également d'autres atouts vis-à-vis des grossistes. D'une part, et ainsi qu'il a été indiqué plus haut, l'enquête de la Commission a montré que les grossistes tendaient désormais à favoriser les fabricants capables de leur fournir des gammes étendues de produits. Les parties disposent donc d'un avantage significatif à cet égard. Un grossiste qui ferait ce choix serait même en mesure d'offrir à sa clientèle plusieurs marques, ayant des positionnements de prix différents, pour de nombreuses catégories de ces produits. Enfin, il faut souligner que les grossistes dépendent de la demande créée par les fabricants et des marques connues des installateurs et des utilisateurs finals. Ils sont donc contraints de tenir en stock les produits fréquemment demandés qui sont en pratique ceux commercialisés sous des marques bénéficiant d'une forte notoriété.

576. Il apparaît également que ces relations privilégiées sont aussi le résultat de réels efforts de la part de Schneider et de Legrand envers les grossistes. Legrand²⁰² indique ainsi qu'il offre des services de livraison expresse aux grossistes en France, qu'il maintient lui-même des stocks de sécurité de produits à faible rotation et qu'il investit dans de nouveaux sites de stockage permettant une amélioration de ses performances logistiques vis-à-vis des grossistes. Dans ses conventions avec les grossistes, Schneider²⁰³ [...]*. Selon Schneider²⁰⁴, ces services permettraient notamment aux grossistes de répondre à une demande croissante des installateurs pour la fourniture de prestations complémentaires (conseil, le soutien technique, etc.) au simple service logistique.

577. La concentration proposée permettra la création ou le développement des relations privilégiées entretenues par les parties avec leurs principaux grossistes, et elle devrait également favoriser la prolifération d'accords de partenariats similaires [...]*. [...]*, ils renforceront encore les positions de l'entité fusionnée sur l'ensemble des marchés affectés par l'opération (et *a fortiori* sur les marchés relatifs aux tableaux de distribution divisionnaires en France et en Italie et aux tableaux terminaux au Danemark, en Espagne, en France, en Italie et au Portugal) et, à l'inverse, ils affaibliront encore les autres fabricants.

²⁰² Legrand, From 20-F SEC.

²⁰³ Schneider, documents fournis en réponse à la question 311.

²⁰⁴ Réponse de Schneider au questionnaire Hagemeyer.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

578. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties soulignent que, dans les pays en cause, les grossistes distribuent aujourd'hui un grand nombre de marques. Loin d'atténuer les effets de l'opération, cet état de fait menace au contraire d'accentuer les effets du phénomène ci-dessus. Plus les grossistes qui nouent des relations privilégiées avec l'entité fusionnée distribuent de marques concurrentes, et plus ces autres concurrents risquent d'être affaiblis par un traitement moins favorable de la part des grossistes en cause.

Structure de la concurrence au niveau des grossistes

579. En second lieu, le degré de concentration (voir le tableau 6 ci-dessus) au niveau des grossistes, et donc la puissance d'achat individuelle de chacun d'eux, varie significativement d'un Etat membre à un autre. Cette concentration est particulièrement importante en France, et semble être nettement plus faible en Espagne. Il est donc fortement improbable que les grossistes espagnols disposent chacun d'une puissance d'achat suffisante pour contraindre de façon appréciable le comportement concurrentiel de l'entité fusionnée.

580. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties contestent l'absence de puissance d'achat de la part des petits grossistes. Elles soulignent notamment que, dans certains pays où les grossistes sont éclatés (comme l'Espagne ou le Portugal), il existe une forte concurrence par les prix entre grossistes, qui se répercute par une pression sur les prix offerts par les fabricants.

581. La Commission ne conteste pas cet élément, qu'elle a elle-même relevé à plusieurs reprises. Cela étant, d'une part, les parties soulignent également la concentration de plus en plus importante de la distribution dans certains pays, notamment le Portugal (où Rexel et Sonepar occupent désormais 40% des ventes de composants pour tableaux de distribution). Ceci atténuera probablement la concurrence par les prix entre grossistes, à l'instar des pays où la distribution est déjà plus concentrée. D'autre part, et en tout état de cause, concurrence entre grossistes ne veut pas dire puissance d'achat de chaque grossiste. Au contraire, la Commission maintient que, dans les pays où la distribution est éclatée, chaque grossiste individuel n'a pas les moyens de résister à la pression d'un acteur incontournable, détenant des positions de premier ordre dans un nombre considérable de produits distribués. Cette puissance d'achat est encore affaiblie par la concurrence par les prix existant entre grossistes, puisque cette concurrence menace la viabilité de ces grossistes et rend encore plus indispensable le référencement des marques les plus demandées. L'existence, malgré la vive concurrence entre grossistes espagnols et portugais, d'accords de partenariats entre Schneider et ces distributeurs, atteste d'ailleurs déjà de cette situation. Après l'opération, l'entité fusionnée pourra donc user de son pouvoir de marché pour imposer les conditions contractuelles de son choix, en menaçant les petits grossistes réfractaires de favoriser leurs concurrents.

582. Il apparaît enfin que même un niveau de concentration élevé au niveau des grossistes ne signifie pas pour autant une forte pression à la baisse sur les prix. En effet, les documents internes de Legrand²⁰⁵ montrent que, dans un certain nombre de pays (comme [...]*), l'une des raisons pour laquelle les grossistes apprécient les produits de Legrand est que, du fait de leur cherté relative, ces produits permettent aux grossistes d'obtenir une bonne

²⁰⁵ Legrand, Plans Moyen Terme.

marge bénéficiaire. [...]*, le simple niveau de prix des produits Legrand permet aux grossistes de dériver un plus grand profit de chaque vente que ce qu'ils pourraient obtenir de produits moins chers. Les documents internes²⁰⁶ de Legrand montrent également que, malgré la présence d'une distribution concentrée en France, les prix payés par les grossistes y sont en moyenne substantiellement plus élevés que la moyenne européenne (voir également les indications sur les prix des tableaux 7 à 10 ci-dessus) ; et que, s'il existe une pression à la baisse sur les prix, elle ne provient pas des grossistes mais plutôt de la concurrence entre Schneider et Legrand.

583. Cette indifférence apparente des grossistes envers le niveau des prix semble en grande partie s'expliquer par l'inélasticité de la demande en matériel électrique vis-à-vis de ses prix. Comme indiqué plus haut, la demande en matériel électrique dépend essentiellement de facteurs exogènes à l'industrie du matériel électrique.

Les relations contractuelles entre Schneider / Legrand et les grossistes favoriseront le maintien de la position de l'entité combinée

584. Les relations commerciales entre les fabricants des produits en cause et les grossistes sont caractérisées par l'existence de mécanismes complexes de remises commerciales. Il ressort des documents fournis par les parties²⁰⁷ qu'il existe trois catégories principales de remises : (i) des remises "de partenariat", (ii) des remises "d'objectif" ou "de croissance" et enfin des remises "de volumes".

585. Les remises de partenariat sont octroyées par les fabricants aux grossistes qui distribuent leur produits en échange de services commerciaux et marketing divers. Il s'agit le plus souvent d'actions spécifiques de promotions des ventes de leurs produits ou bien de remontées d'informations marketing sur le positionnement de leurs produits. Il ressort des documents des parties que ces remises "de partenariat" peuvent représenter jusqu'à [0-30]* % du chiffre d'affaire hors taxe qu'il réalise avec les grossistes.

586. Les remises "de croissance" sont quant à elles liées à des objectifs de croissance du chiffre d'affaires réalisés par les fabricants avec les grossistes. Le chiffre d'affaire pris en compte peut être soit le chiffre d'affaires global généré par la vente de tous les produits du catalogue du fabricant, ou bien le chiffre d'affaire généré par la vente de certaines lignes de produits spécifiques. Il est fréquent qu'un fabricant accorde des remises de ce type sur ses nouveaux produits. Il apparaît qu'en ce qui concerne Schneider et Legrand ces remises "sur objectif" peuvent représenter jusqu'à [0-30]* % du chiffre d'affaires hors taxe généré par le grossiste.

587. Enfin, la dernière catégorie de remises dite "de volume" sont calculées en fonction du montant global des achats réalisés par les grossistes auprès des fabricants. Elles ont donc pour assiette le chiffre d'affaires réalisés par un fabricant avec un grossiste non seulement par la vente de composants de tableaux de distribution mais également des autres produits électrique basse tension, tels que les équipements situés en aval du tableau terminal. Le montant de la remise, ou coefficient réducteur, est déterminé par le niveau du chiffre d'affaires réalisé annuellement. Habituellement, le contrat entre le

²⁰⁶ Legrand, Plans Moyen Terme.

²⁰⁷ Réponse des parties à la question 148 du questionnaire du 6 avril 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

grossiste et le fabricant fixe des seuils de chiffres d'affaires auquel correspond un pourcentage de remise. Plus le chiffre d'affaires réalisé est important, plus le pourcentage de la remise est élevé, ce qui démultiplie le montant effectif de la remise. Ces remises de volume représentent jusqu'à [0-30]* % du chiffre d'affaires hors taxe réalisé par le fabricant avec un grossiste.

588. En plus de ces remises, il apparaît également que les fabricants accordent aux grossistes des rabais sur le prix de vente de leurs produits. Ces rabais sont particulièrement importants puisqu'ils peuvent représenter plus de [30-70]* % du prix de vente des produits. Si tous les grossistes bénéficient de rabais, le montant des rabais accordés à chacun d'eux varie en fonction du volume d'affaires qu'il réalise avec chaque fabricant.

589. Par leur nature même, ces différents mécanismes favorisent les fabricants qui disposent de panoplies étendues de produits et qui génèrent une fraction importante du chiffres d'affaires des grossistes. En effet, ces fabricants représentent une partie importante des achats des grossistes qui bénéficient en retour de remises substantielles de la part des fabricants. Ces remises, qui peuvent représenter jusqu'à [0-30]* % du montant total de leurs achats, représentent dans une fraction substantielle de leur marge bénéficiaire. Dès lors, un grossiste est naturellement incité à concentrer ses ventes, et donc ses achats, sur les produits des quelques fournisseurs qui représentent une part importante de ses achats.

590. La transaction proposée change la situation d'équilibre relatif qui préexistait entre les fabricants. Elle conduit à la naissance d'un groupe qui, sur de nombreux marchés de produits électrique basse tension, sera le principal fournisseur des grossistes avec une avance substantielle sur le second fournisseur. Ainsi qu'expliqué plus haut, ce sera notamment le cas en France. Cela signifie que la plupart des grossistes seront largement dépendants du nouveau groupe en ce qui concerne le montant global des remises et rabais qu'ils obtiennent des fabricants, lesquels déterminent une large part de leur marge bénéficiaire. Toute baisse du chiffre d'affaires réalisés avec les produits de Schneider / Legrand aurait ainsi pour conséquence une baisse des remises et rabais qui leur seront accordé par ce groupe sans que la hausse du chiffre d'affaires réalisé avec les autres fournisseurs ne puisse contrebalancer cette baisse, puisque le pourcentage de la remise est croissant en fonction du niveau de chiffre d'affaires atteint.

591. Dès lors, les grossistes auront une incitation supplémentaire à s'assurer que le niveau de leurs achats vis-à-vis de Schneider/Legrand reste au moins constant. De plus, ces mécanismes complexes de remises et de rabais couplés au poids important du nouveau groupe dans les achats des grossistes conféreront à Schneider/Legrand un moyen de pression important vis-à-vis de ces grossistes. Schneider/Legrand sera notamment en position de contraindre les grossistes à distribuer ses nouveaux produits ou bien des gammes de produits qu'ils ne distribuaient pas jusqu'alors. [...]*²⁰⁸.

Conclusion

592. Ainsi qu'il a été expliqué plus haut, les installateurs et les tableautiers sont extrêmement nombreux dans les pays concernés. Compte tenu de son caractère atomisé, et de sa

²⁰⁸ Plan Moyen Terme Espagne Bticino, page marquée PMT2C'4. Document fourni en réponse à la question 315 du questionnaire du 6 avril 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

fidélité aux marques, cette demande ne semble donc pas être en mesure d'exercer une puissance d'achat significative sur l'entité fusionnée.

593. Seuls les grossistes, notamment les plus importants d'entre eux, pourraient, le cas échéant, tenter de s'opposer à une tentative d'augmentation de prix de la part de Schneider / Legrand. Leur incitation à résister sera cependant faible pour trois raisons principales :

- (i) une augmentation des prix de vente du nouveau groupe ne se traduira pas par une diminution de leurs marges bénéficiaires. Au contraire, une augmentation des prix entraînera une augmentation du chiffre d'affaires que les grossistes réaliseront avec Schneider/Legrand ce qui entraînera en retour une augmentation des remises sur volumes.
- (ii) les grossistes seront largement dépendant du nouveau groupe qui pourra dans une large mesure déterminer le montant de leurs marges bénéficiaires à travers les mécanismes de remises et de rabais. En conséquence, toute tentative de s'opposer à une augmentation des prix de Schneider/Legrand en déplaçant une fraction de la demande vers d'autres fabricants reviendra donc à courir un risque important de la part des grossistes.
- (iii) une tentative de la part des grossistes de déplacer une fraction de la demande vers les produits d'autres fabricants se traduirait, au moins à court et moyen terme, par une augmentation de leurs coûts de stockage et de transport. En effet, les installateurs attachent beaucoup d'importance, en plus de la marque, à la disponibilité immédiate ou quasi-immédiate des produits. Le grossiste souhaitant développer les ventes d'un concurrent de Schneider / Legrand devra donc commencer par augmenter ses stocks de produits de ce concurrent, avant de commencer à pouvoir les commercialiser.

594. En conclusion, il résulte de ce qui précède que les clients directs (grossistes) et indirects (installateurs et tableautiers) des parties ne seraient pas en mesure de s'opposer à une augmentation des prix de l'entité fusionnée. D'une part, les installateurs et les tableautiers sont trop fragmentés pour exercer une puissance d'achat significative sur l'entité fusionnée. Il en va de même des grossistes espagnols, danois ou portugais. D'autre part, une augmentation de prix n'irait pas forcément à l'encontre des intérêts des grossistes, puisque des niveaux de prix élevés assurent à ces derniers des revenus supérieurs à volume (et donc à coût) constant. Enfin, l'entité fusionnée atteindra un tel niveau de puissance dans les pays concernés (tant à cause de ses très fortes positions concurrentielles qu'à cause de l'étendue de son portefeuille d'activités) qu'elle confortera encore son rôle de partenaire incontournable, auquel les grossistes préféreront généralement s'allier plutôt que s'opposer.

C.1.4 Absence de contrainte significative de la part de la concurrence

595. Les résultats de l'enquête menée par la Commission montrent qu'il sera difficile pour les concurrents existants d'exercer une contrainte significative sur le comportement de l'entité fusionnée.

596. En premier lieu, les documents internes des parties montrent qu'avant même l'opération, il aurait été difficile pour les concurrents existants des parties de contester la

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

prééminence de la marque leader sur les marchés concernés. Legrand²⁰⁹ explique ainsi que, dans les tableaux divisionnaires et terminaux en France, [...]*

597. Dans les tableaux divisionnaires et terminaux en Italie, Legrand²¹⁰ explique aussi que [...]*

598. Pour ce qui concerne les tableaux terminaux en Espagne, enfin, Legrand anticipait également [...]*

599. Les contraintes sur les concurrents vont s'accroître avec la concentration notifiée. Elles risquent tout d'abord de se matérialiser au niveau des grossistes. En effet, ainsi qu'il vient d'être expliqué, l'opération permettra à l'entité fusionnée de conforter sa position de partenaire incontournable et privilégié des grossistes dans les pays en cause. Cette situation permettra à l'entité fusionnée de créer ou de développer ses alliances avec les grossistes ([...]*). Ces alliances [...]* accroîtront encore la perception de disponibilité et de qualité de service de ces produits et, à l'inverse, entraveront encore plus le développement des autres marques. Ce phénomène sera d'autant plus important que, comme le soulignent les parties, les grossistes concernés distribuent aujourd'hui les produits d'un grand nombre d'autres marques.

600. Ce phénomène accentuera encore le déséquilibre existant entre l'entité fusionnée et ses principaux concurrents, et il compromettra les tentatives de développement de ces fabricants. Dans la mesure où les grossistes souhaitent réduire leur nombre de marques offertes et privilégier les fabricants disposant de portefeuilles de produits étendus, cette situation pourrait même mener à la marginalisation des fabricants dotés de faibles positions et/ou d'assortiments limités (comme [...]* en Italie, ou [...]* en France et en Espagne).

601. La seconde difficulté se situera au niveau des installateurs et des tableautiers. D'une part, l'enquête de la Commission montre que, dans les pays concernés, l'offre des concurrents (en termes de qualité, de marque, de prix, de rapidité de livraison, etc.) est déjà souvent moins bien perçue que celles des parties. Et d'autre part, ainsi qu'il a été expliqué plus haut, cette différence de réputation risque de s'accroître après la fusion, à cause du renforcement probable de chacune des marques détenues par l'entité fusionnée et des difficultés croissantes des concurrents vis-à-vis de la distribution.

602. Il s'ensuit que les concurrents éprouveront des difficultés croissantes à soutirer des clients à Schneider et Legrand et pourraient se satisfaire de positions de suiveurs sur les marchés en cause. A l'inverse, le renforcement des parties et l'affaiblissement de leurs concurrents pourrait faciliter la conquête de nouveaux clients par l'entité fusionnée. Ceci pourrait notamment être le cas si les autres fabricants perdaient leur disponibilité immédiate auprès des principaux grossistes (ce qui constitue un facteur d'exclusion de la part des installateurs, qui ne tiennent pas de stock). Ce phénomène serait encore accentué si, comme le soutiennent désormais les parties, la fidélité des clients était plus faible que ce que n'indiquent les résultats de l'enquête.

²⁰⁹ Legrand, Plans Moyens Terme.

²¹⁰ Legrand, Plans Moyens Terme.

603. L'opération pourrait également conduire à une réduction des efforts promotionnels et relationnels consentis par les fabricants envers les installateurs et les tableautiers. En effet, d'une part, les résultats de l'enquête montrent que ces investissements peuvent représenter des pourcentages appréciables (jusqu'à [10-20]*%) du chiffre d'affaires national des fabricants pour les produits concernés. D'autre part, ces montants correspondent en grande partie à des opérations ou des services permanents (formation des installateurs, assistance technique, etc.). Et enfin, les rapports de diverses banques d'affaires²¹¹ indiquent que, dans le secteur du matériel électrique basse tension, la marge bénéficiaire des marques augmente avec leur part de marché. Le renforcement des marques de Schneider et de Legrand, et à l'inverse, l'affaiblissement probable de leurs principaux concurrents, pourrait donc affecter la capacité de ces concurrents à maintenir de façon viable leurs efforts commerciaux dans les pays concernés, et donc à conserver la qualité de leurs liens avec les installateurs et les tableautiers.
604. Il convient enfin de noter que chaque concurrent ne repose le plus souvent que sur un ou deux segments applicatifs (résidentiel, tertiaire et industrie), et où, après l'opération, l'entité fusionnée disposera à la fois d'une couverture complète de ces segments et d'une marque de référence sur chacun. Si, ainsi qu'il a été expliqué plus haut, l'entité fusionnée décide de concentrer les efforts de chacune de ses marques sur ses pôles spécifiques d'excellence, elle sera en mesure d'engager des actions spécifiquement ciblées contre chacun de ses concurrents. Les documents internes des parties montrent d'ailleurs que cette stratégie a déjà été utilisée dans le passé. Selon Legrand²¹², Schneider, qui détient des positions très fortes dans les disjoncteurs miniatures au Portugal, surtout pour les applications industrielles et tertiaires, [...]*.
605. De plus, la présence de l'entité combinée sur une panoplie très large de produits sur chacun des territoires concernés (voir le tableau 30 ci-dessus) lui permettra de disposer de moyens de représailles ciblés contre ses concurrents par exemple en fournissant par le biais de politiques de rabais appropriées offertes aux grossistes d'affaiblir une ligne de produits d'un concurrent.
606. A la lumière de ce qui précède, il apparaît que l'opération va, d'une part, aboutir à la constitution d'un groupe combinant les forces de chacune des deux entreprises et libéré de la concurrence entre Schneider et Legrand ; mais, d'autre part, mener également au renforcement de chacune des parties dans leurs pôles traditionnels d'excellence et permettre la constitution d'un groupe détenant les marques de références dans chacune des trois catégories d'applications (résidentiel, tertiaire et industriel) des marchés concernés.
607. Il convient aussi de noter que les activités intégrées des concurrents de Schneider et de Legrand ne seront pas en mesure d'exercer une pression concurrentielle effective sur l'entité fusionnée. En effet, ainsi que cela est exposé plus haut, ces concurrents ont des activités marginales intégrées dans les pays en question. De plus, en l'absence de présence substantielle de ces concurrents auprès des grossistes, ils ne pourraient s'appuyer sur leurs seules ventes intégrées pour exercer une concurrence effective.

²¹¹ Rapport Crédit Suisse First Boston sur Legrand (11 Septembre 2000), Rapport Dresdner Kleinwort Wasserstein – Schneider (18 janvier 2001).

²¹² Legrand, Plans Moyen Terme.

608. Il résulte de ce qui précède que les concurrents existants des parties ne seront pas en mesure d'exercer une pression suffisamment forte pour contraindre le comportement de l'entité fusionnée. Ainsi qu'il vient d'être expliqué, cette conclusion s'applique aux principaux concurrents des parties sur les marchés concernés, c'est-à-dire à des groupes (comme ABB, Siemens ou GE) disposant d'une gamme complète de produits sur les marchés en cause. Elle s'applique aussi a fortiori aux fabricants au portefeuille de produits plus limité (comme Hager, J Müller ou Geyer). Ces producteurs, déjà souvent marginalisés, pourraient même risquer de perdre leur accès aux grossistes après la mise en œuvre de la transaction notifiée.
609. Enfin, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, l'entrée dans les marchés en cause semble d'autant plus improbable que tout nouvel acteur devrait d'abord affronter la puissance concurrentielle formidable des parties. Si, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, les concurrents existants des parties doivent sortir affaiblis de l'opération, il fait peu de doute qu'un nouvel acteur éprouve des difficultés considérables à prendre une quelconque position sur les marchés concernés. Cette conclusion est d'ailleurs renforcée par l'histoire des parties. Ainsi que l'explique Schneider²¹³, [...]*. Si un acteur aussi diversifié et puissant que Schneider n'a pas pu réussir, malgré plusieurs tentatives, à occuper une position significative sur un marché moins concentré que les marchés en cause, que dire des chances d'un nouvel entrant ?
610. En conclusion, et comme l'a indiqué un fabricant²¹⁴, "développer une gamme comparable à la nouvelle entité dans tous les pays concernés est quasiment impossible à imaginer. Il s'agit d'un investissement pour chaque pays de l'ordre de 5 à 10 M € et de plus de 10 ans d'efforts de R&D. Seule l'acquisition de gammes existantes figurant déjà au sein d'entreprises accessibles est une réponse partiellement crédible. "

C.1.5 Conclusion pour les tableaux de distribution électrique

611. Il résulte de ce qui précède que la concentration notifiée changera matériellement les conditions de concurrence sur les marchés français et italien des disjoncteurs boîtiers moulés, disjoncteurs miniatures et armoires pour tableaux divisionnaires, les marchés français et portugais des disjoncteurs de branchement et sur les marchés des disjoncteurs miniatures, protections différentielles et coffrets pour tableaux terminaux au Danemark, en Espagne, en France, en Italie et au Portugal. Elle changera également les conditions de concurrence sur les marchés français et italien des tableaux divisionnaires, et les marchés des tableaux terminaux au Danemark, en Espagne, en France, en Italie et au Portugal. Il résulte également des développements précédents et notamment les parts de marché importantes, la notoriété de ses marques et les relations privilégiées avec les grossistes que Schneider disposait avant la concentration d'une position dominante sur l'ensemble des marchés français en question à l'exception du marché pour les disjoncteurs de branchement.
612. Les effets de l'opération risquent d'être particulièrement importants sur le niveau des prix des matériels concernés. D'une part, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, la demande pour les matériels concernés se caractérise par une faible élasticité. La création d'un acteur totalement incontournable sur les marchés en cause, l'affaiblissement voire la

²¹³ Schneider, réponse à la question 84.

²¹⁴ Hager, réponse au questionnaire de première phase.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

marginalisation des autres concurrents, et la suppression de la rivalité entre Schneider et Legrand (qui constituait l'un des principaux moteurs, sinon la source essentielle de la concurrence sur certains marchés en cause, notamment en France) devraient donc se traduire par un renchérissement très appréciable des prix des matériels concernés, tant au niveau des installateurs et des tableautiers qu'à celui du consommateur final. La présence de variations significatives entre Etats membres, et le niveau élevé des prix dans les marchés les plus concentrés, confortent encore cette conclusion.

613. Dès lors, la Commission conclut que l'opération notifiée conduira à la création d'une position dominante sur les marchés italien des disjoncteurs boîtiers moulés, disjoncteurs miniatures et armoires pour tableaux divisionnaires, les marchés français et portugais des disjoncteurs de branchement et sur les marchés des disjoncteurs miniatures, protections différentielles et coffrets pour tableaux terminaux au Danemark, en Espagne, en Italie et au Portugal. La transaction renforcera également la position dominante détenue par Schneider sur les marchés français des disjoncteurs boîtiers moulés, disjoncteurs miniatures et armoires pour tableaux divisionnaires, des disjoncteurs miniatures, protections différentielles et coffrets pour tableaux terminaux. Ces conclusions sont identiques sur les marchés français et italien des tableaux divisionnaires, et pour les marchés des tableaux terminaux au Danemark, en Espagne, en France, en Italie et au Portugal.

C.2 Marché des supports de câbles

614. L'entité fusionnée Schneider / Legrand sera le principal acteur sur le marché européen des supports de câbles avec une part de marché de l'ordre de [10-20]*% (Schneider [0-10]*%, Legrand [10-20]*%). Son principal concurrent sera Hager une part de marché de [0-10]*% au niveau de l'EEE. Schneider/Legrand sera présent dans neuf Etats membres de l'EEE, tandis que Hager sera présent dans onze. La transaction proposée ne conduit à l'addition de parts de marché que sur un seul marché national, le Royaume-Uni.

C.2.1 L'entité issue de la fusion disposera de parts de marché largement plus élevées que celles de ses concurrents sur le marché britannique

615. Le tableau 32 ci-dessous, établi à partir de données fournies par les parties²¹⁵, indique les parts de marché des principaux concurrents sur le marché britannique des supports de câbles au cours de l'année 2000.

²¹⁵ Réponse des parties du 22 juin 2001 à une demande de la Commission du 19 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Tableau 32

Concurrents	Parts de marché (en %)
Legrand	[30-40]*
Schneider	[0-10]*
RM Cable Tray	[0-10]*
Unitrust	[0-10]*
Unitrunk	[0-10]*
Ackermann	[0-10]*
Autres	[30-40]*

Source : parties.

616. Dans leur Mémoire en Réponse²¹⁶, les parties ont fait valoir que la première estimation de parts de marché qu'elles avaient fourni à la Commission ne correspondaient pas à la réalité. Elles expliquent que cette première estimation intégrait des matériels destinés au transport du courant en aval des tableaux de distribution terminaux qui relevaient donc, à ce titre, du marché de produits distinct des cheminements en ambiance. Une fois cette erreur corrigée, les parts de marché des principaux fabricants sur le marché en cause seraient les suivantes :

²¹⁶ Point 500 et 533.

Tableau parts de marché supports de câble au Royaume-Uni - parties

Legrand (marque Wiremold)	[20-30]*%
Schneider (marques Mita et Thorsman)	[0-10]*%
Schneider + Legrand	[30-40]*%
Unitrust/Tyco	[20-30]*%
RM Cable Tray	[10-20]*%
Vantrunk	[0-10]*%
Metsec	[0-10]*%

Source : parties

617. La seconde estimation fournie par les parties diffère de la première essentiellement en ce qui concerne Unitrust/Tyco, dont la part de marché est de [20-30]* % dans le premier cas contre seulement [0-10]* % dans le second cas.
618. Les vérifications auxquelles la Commission a procédé ont toutefois clairement indiqué que la seconde estimation fournie par les parties surestime très largement la position de Unitrust/Tyco qui s'établit [entre 5% et 15%]*, soit un niveau très proche de celui estimé initialement par les parties.
619. De plus, la seconde estimation des parties ne prend pas en compte la part de marché détenue par Schneider avec la marque Wibe. Or, il ressort d'informations fournies par les parties²¹⁷ que Wibe représente [0-10]*% du marché en cause.
620. En conclusion, au vu des vérifications auxquelles la Commission a procédé, les parts de marché des principaux concurrents s'établissent approximativement comme suit :

Tableau parts de marché supports de câbles au Royaume-Uni

Legrand	[20-30]*%
Schneider (marques Wibe, Thorsman et Mita)	[10-20]*%
Schneider + Legrand	[40-50]*%
Unitrust/Tyco	[10-20]*%
RM Cable Tray	[10-20]*%

Source : enquête de la Commission

621. A l'issue de la transaction proposée, Schneider / Legrand détiendra une part de marché une part de marché de l'ordre de [30-40]*% qui sera quatre fois supérieure à celle de ses concurrents les plus proches, RM Cable Tray et Unitrust/Tyco. Le marché en cause sera ainsi caractérisé, en termes de parts de marché, par l'existence d'un leader largement prédominant et de plusieurs suiveurs.
622. En outre, Schneider / Legrand détiendra des parts de marché encore plus élevées sur plusieurs segments du marché britannique des supports de câbles, ainsi que l'indique le tableau ci-dessous établi à partir de données fournies par les parties²¹⁸.

²¹⁷ Message électronique des parties du 30 juillet 2001 en réponse à une demande de la Commission du 20 juillet 2001.

²¹⁸ Réponse des parties du 19 juillet 2001 à une demande de la Commission du 12 juillet 2001.

Tableau 33

	Support de câbles en acier	Échelle de câbles en acier	Support de câbles en fils d'aciers	Support de câbles en plastique	Support et échelle de câbles en plastique renforcé de fibre de verre
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]*%
Autre	[0-10]*% (Perfast/Cablok)	[10-20]*% (Vantrunk)	[20-30]*% Obo Bettermann)	10-20]*% Marshall Tufflex)	[10-20]*% (divers)

623. A l'issue de la transaction, Schneider/Legrand sera donc non seulement un groupe largement leader sur le marché britannique des supports de câbles en général, mais il détiendra de plus des positions particulièrement fortes sur la quasi-totalité des segments de ce marché en cause. Sa position ne sera plus faible que sur le seul segment des " Steel Strut-channel support system " où il disposera d'une part de marché de [0-10]* % et où il sera devancé par Unitrust (part de marché de [40-50]*%) et Metsec ([10-20]*%).

624. L'opération notifiée a donc pour double effet de renforcer Schneider (i) par l'apport des parts de marché de Legrand sur les segments du marché des supports de câbles en acier où il était déjà prédominant et (ii) par l'apport des positions de Legrand sur les segments du marché des supports de câbles en plastique et en plastique renforcé de fibre de verre d'où il était absent.

625. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties ont indiqué qu'[une proportion importante]* des supports de câble vendus par Mita provenaient en fait de supports de câble en fil de fer soudés fabriqués par un tiers (Métal Déployé). Elles ont également expliqué que Mita allait perdre ce contrat avec Métal Déployé (portant à la fois sur la distribution par Mita des produits de Métal Déployé et sur l'usage de la marque Cablofil (propriété de Métal Déployé). [...]*. Selon les parties, les supports de câbles en fils de fer soudés fournis par Métal Déployé à Mita et commercialisés sous la marque Cablofil comptaient pour [0-10]*% de part sur le marché britannique, ce qui réduit la part de Schneider à [0-10]*%, en comptabilisant aussi Thorsmann. De plus, les parties font valoir que Métal Déployé constituera à brève échéance un concurrent sérieux sur le marché cause. En effet, la filiale qu'il compte créer sur le marché britannique bénéficiera, aux termes de l'accord de rupture du contrat de fourniture, de la force de vente constituée par Mita pour les supports de câbles en fils de fer soudés ainsi que de la notoriété de la marque Cablofil sur ce marché.

626. Il convient tout d'abord de relever que le contrat de fourniture liant Mita à Métal Déployé n'est pas encore effectivement rompu, [...]*. En outre, dans l'hypothèse où cette rupture se réaliserait, Mita pourra aisément s'approvisionner pour les produits concernés auprès de Wirtemold, filiale de Legrand qui commercialise ces mêmes produits. Les parties ont ainsi expliqué que Wiremold bénéficie d'un contrat de fourniture avec PEMSA. De plus, ainsi que les parties le reconnaissent, il existe une substituabilité entière entre les chemins de câbles en acier, les chemins de câbles en fils d'acier et les échelles de câbles en acier. Enfin, la perte de la marque Cablofil sera compensée pour Mita par le fait que celle-ci était accolée à la marque Mita (ainsi que cela ressort des catalogues de produits Mita). Pour ces raisons, Mita ne sera pas significativement affaiblie par la rupture hypothétique du contrat de fourniture et de licence de marque le liant jusqu'à présent à Métal Déployé.

627. Quant au second argument soulevé par les tiers, à savoir l'entrée prochaine sur le marché britannique de Métal Déployé, il convient de relever tout d'abord que celle-ci n'est pour l'heure pas certaine, mais relève d'une simple intention de la part de cette dernière. En tout état de cause, même si celle-ci devait se concrétiser, elle ne saurait se traduire par un gain automatique des parts de marché détenues par Mita avec la revente de ses produits. En effet, en premier lieu, il a déjà été expliqué que la marque Cablofil était jusqu'à présent utilisée en liaison avec (et sous l'ombrelle de) marque Mita. La seule marque Cablofil ne bénéficiera donc pas de toute la force et de la notoriété dont jouissait la marque Mita Cablofil. En second lieu, Métal Déployé devra surmonter les barrières à l'entrée évoquées ci-dessus, qui caractérisent le marché des supports de câbles. Ces barrières à l'entrée seront même renforcées, en ce qui concerne spécifiquement le marché britannique, par la force de l'entité issue de la fusion (telle qu'analysée ci-après).

C.2.2 L'entité issue de la fusion disposera d'une gamme de produits plus étendue que celle de ses concurrents

628. Globalement, Schneider/Legrand apparaît comme un groupe présent sur l'ensemble des segments du marché du marché britannique des supports de câbles. Aucun de ses concurrents ne dispose d'une gamme de produits couvrant l'ensemble des segments de ce marché. En particulier, aucun de ses principaux concurrents ne dispose d'une offre comprenant des échelles de câbles en plastique et des supports de câbles en plastique renforcée de verre.

629. Préalablement à la fusion, seul Legrand est présent sur les segments des supports de câbles en plastique et en plastique renforcé de fibre de verre, avec des produits commercialisés sous la marque Legrand. Ces segments, beaucoup plus petits en valeur que les autres segments du marché, s'apparentent à des marchés de niche délaissés par les grands acteurs sur le marché. Ainsi, Schneider, sous les marques Mita, Wibe et Thorsman, et Wiremold, groupe acquis par Legrand en 2000, sont uniquement présents sur les différents segments du marché des supports de câbles en acier. L'opération notifiée a donc pour effet de faire émerger un acteur bénéficiant d'une position unique sur le marché en cause.

630. L'offre de produits des principaux acteurs sur le marché en cause au cours de l'année 200 est détaillée dans le tableau ci-dessous.

Tableau 34

	“ Steel Strut channel ”	Supports de câbles en acier	Echelles de câbles en acier	Support de câbles en fils d’aciers	Supports de câbles en plastique	Support de câbles en plastique renforcé de fibre de verre
Schneider/Legrand	Présent	Présent	Présent	Présent	Présent	Présent
RM Cable Tray	Présent	Présent	Présent	Présent	Absent	Absent
Unitrust	Présent	Présent	Présent	Présent	Absent	Absent
Unitrunk	Absent	Présent	Absent	Présent	Absent	Absent
Vantrunk	Présent	Présent	Présent	Présent	Absent	Absent
Obo Bettermann	Absent	Présent	Absent	Présent	Absent	Absent
Metsec	Présent	Présent	Absent	Absent	Absent	Absent
Perfast/Cablok	Absent	Présent	Présent	Absent	Absent	Absent

631. Ainsi qu’il a été expliqué ci-dessus, les supports de câbles en plastique renforcé de fibre de verre présentent des caractéristiques techniques qui les rendent particulièrement bien adaptées à une utilisation dans une atmosphère corrosive. Ces produits sont donc, du point de vue de la demande, difficilement substituables par les autres catégories de supports de câbles fabriqués avec d’autres matériaux. L’entité fusionnée Schneider/Legrand affrontera donc deux types de concurrents sur le marché en cause : (i) des groupes relativement importants présents sur les principaux segments du marché en valeur, à savoir les différents types de supports de câbles en acier et (ii) des groupes plus spécialisés présents uniquement sur le segment des supports de câbles en plastique et plastique renforcé de fibre de verre (comme Marshall Tufflex) ou sur certains segments des supports de câbles en acier.

632. Cette situation permettra à Schneider/Legrand de résister aux éventuelles tentatives de ces concurrents de renforcer leurs positions à son détriment puisqu’il pourra s’appuyer sur ses positions sur les segments du marché sur lesquels ils ne sont pas présents, où l’entité fusionnée pourra pratiquer des prix plus élevés, pour contrer leur offensive sur les autres segments du marché en abaissant ses prix. Au contraire, sa position unique sur le marché, ajoutée aux autres avantages dont il bénéficie, mettra Schneider/Legrand en position d’attaquer avec succès les positions de chacune de ses deux catégories de concurrents.

C.2.3 L’entité issue de la fusion disposera d’une panoplie de marques inégalée

633. Schneider/Legrand disposera de cinq marques commerciales sur le marché britannique des supports de câbles. Ainsi, aux marques Thorsman, Mita et Wibe détenues par le groupe Schneider depuis son acquisition de Lexel, Legrand apportera les marques Legrand et Wiremold. Wiremold est une marque bénéficiant d’une forte notoriété au Royaume-Uni sur le marché des supports de câbles car elle est une des marques générant

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

le plus fort volume de ventes²¹⁹. A la connaissance de la Commission aucun concurrent ne dispose d'une panoplie de marques équivalente en quantité ou en qualité.

634. Le nouveau groupe sera donc en mesure de conduire une politique commerciale multi-marques afin de répondre d'une manière particulièrement ciblée à chacun des segments de la demande. Notamment, Schneider/Legrand pourra consacrer certaines de ses marques à certains types de produits particuliers, comme par exemple les supports de câbles en plastique renforcé de fibre de verre, et utiliser ses autres marques pour les produits les plus vendus, comme par exemple les échelles de câbles en acier.

635. La largeur de sa gamme de produits ajouté à sa panoplie de marques fera bénéficier Schneider/Legrand d'un double positionnement de généraliste et de spécialiste qu'aucun concurrent ne sera en mesure, au moins à court terme, d'imiter. Cela lui permettra de concurrencer directement ses concurrents sur leur cœur de marché tout en utilisant ses autres marques, avec des prix plus élevés, sur les autres segments du marché où il subira moins leur concurrence.

C.2.4 L'entité issue de la fusion bénéficiera d'un accès privilégié à la distribution

636. Les parties expliquent que les fabricants de supports de câbles réalisent en moyenne entre 75% et 95% de leurs chiffres d'affaires pour les supports de câbles avec les grossistes en matériels électriques²²⁰.

637. Schneider / Legrand bénéficiera donc de sa force sur les autres marchés de produits de distribution électrique au Royaume-Uni et, corrélativement, de l'importance des ventes des grossistes avec ses produits. Ainsi, le nouveau groupe représentera de 10% à 20% des ventes d'un des plus importants grossistes au Royaume-Uni. A titre de comparaison, le second fournisseur de ce grossiste représente moins que [0-10%]* de ses ventes.

638. Compte tenu de l'importance de Schneider / Legrand dans leurs ventes et des effets des mécanismes de remises et de rabais accordés par les fabricants, les grossistes seront au minimum fortement incités à maintenir leur chiffre d'affaires réalisés avec l'ensemble des produits de l'entité fusionnée.

639. De plus, Schneider / Legrand devrait également bénéficier de la tendance des grossistes à réduire le nombre de leurs fournisseurs pour chacune des catégories de matériels électriques basse tension. Cette tendance devrait en toute logique être particulièrement accentuée pour ce type de produits caractérisés par leur faible valeur unitaire et leur encombrement. En tant que leader sur le marché avec une part de marché, tous segments confondus, très nettement supérieure à celles de tous ses concurrents, l'entité fusionnée deviendra un fournisseur privilégié des grossistes qui représentent l'essentiel des ventes des fabricants.

²¹⁹ Réponse des parties du 19 juillet 2001 à une demande de la Commission du 12 juillet 2001.

²²⁰ Page 90 du Formulaire CO.

C.2.5 L'entité issue de la fusion sera le seul acteur sur le marché disposant d'une offre de supports de câbles et d'une offre de canalisations électriques préfabriquées

640. Schneider / Legrand sera le seul acteur sur le marché britannique à proposer à la fois des supports de câbles et des canalisations électriques préfabriquées. En effet, ses concurrents sont présents uniquement sur l'un ou l'autre de ces deux marchés de produits. Bien qu'il n'existe qu'une faible substituabilité du côté de la demande entre supports de câbles et canalisations électriques préfabriquées, le nouveau groupe tirera profit de cette position unique. Ainsi, il sera en mesure de concurrencer les autres acteurs sur le marché des supports de câbles à la fois de l'intérieur du marché, avec son offre de supports de câbles, et de l'extérieur avec son offre de canalisations électriques préfabriquées pour les applications de transport et de distribution d'électricité pour lesquelles une certaine substituabilité entre les deux catégories de produits est possible.

C.2.6 Conclusion : l'entité issue de la fusion pourra initier une augmentation profitable des prix de ses produits

641. Schneider / Legrand bénéficiera de plusieurs avantages substantiels sur ses concurrents sur le marché britannique des supports de câbles. En plus d'une part de marché nettement plus élevée que celles de ses concurrents, l'entité combinée disposera de positions particulièrement fortes sur plusieurs segments du marché, d'une panoplie de marques inégalée, d'un accès privilégié aux grossistes et d'une offre combinant supports de câbles et canalisations électriques préfabriquées. Elle pourra donc initier une augmentation des prix des produits en cause sans que cela ne se traduise par des pertes de parts de marché qui rendraient cette augmentation non profitable. En particulier, Schneider / Legrand pourra augmenter les prix des produits vendus sous certaines de ses marques seulement de sorte que la demande qui se déplacerait vers d'autres marques le ferait, au moins en partie, vers ses autres marques dont les prix seraient demeurés stables. Pour les raisons exposées ci-dessus, ni les concurrents, ni les grossistes ne seraient en mesure de contrer cette augmentation de prix initiée par le nouveau groupe. En conséquence, la Commission conclut que l'opération notifiée crée une position dominante dans le chef de Schneider / Legrand sur le marché de la vente de supports de câbles au Royaume Uni.

C.3. *Analyse de l'impact de la concentration sur les marchés des équipements électriques situés en aval du tableau de distribution terminale*

C.3.1 Introduction

642. L'opération notifiée, par le rapprochement de deux des trois principaux concurrents à l'échelle européenne, renforcera ou créera une position dominante sur plusieurs marchés de produits et marchés nationaux des équipements électriques situés en aval du tableau terminal.

643. Les équipements électriques en cause regroupent une grande variété de produits aux fonctions, au contenu technologique et aux prix très différents. Ces produits ont cependant pour caractéristique commune d'être installés dans un réseau électrique en aval du tableau de distribution terminale. En raison de cette caractéristique, ces équipements sont également dénommés "appareillages ultra terminaux". Ceci signifie qu'ils sont traversés par des courants d'une faible intensité, généralement inférieure à 40 Ampères, ou bien qu'ils ne sont pas du tout en contact avec le courant électrique. Ces

produits ne font donc pas appel aux mêmes technologies que les autres matériels électriques basse tension décrits ci-dessus. De plus, certains de ces produits, contrairement aux autres matériels électriques, sont installés dans les parties habitées des locaux résidentiels et tertiaires où ils sont visibles. Cette double caractéristique implique que le mode de fonctionnement des marchés de produits situés en aval du tableau terminal est, en partie, différent de celui des marchés de produits évalués précédemment.

Le rôle et les relations entre les différents acteurs sur les marchés des équipements électriques situés en aval du tableau de distribution terminale

Les fabricants

644. Dans les marchés des équipements électriques situés en aval du tableau de distribution terminale, les principaux fabricants à l'échelle européenne sont à l'heure actuelle Legrand, ABB et Schneider. Seuls ces trois fabricants sont représentés sur tous ou la plupart des marchés de produit en cause et des marchés nationaux.

645. Parmi les autres fabricants, seuls Siemens et Hager sont présents dans plusieurs marchés de produits et marchés nationaux dans l'EEE. Tous les autres concurrents sont soit des acteurs locaux qui n'ont une forte implantation que dans un seul pays (par exemple Niko en Belgique pour les prises et interrupteurs), soit des entreprises spécialisées sur un ou plusieurs groupes de produit seulement (par exemple Cooper pour les systèmes d'éclairage de sécurité).

646. Le tableau suivant montre la présence des principaux fabricants sur les différents segments définis par les parties (c'est-à-dire des segments parfois plus larges que les marchés de produit définis aux fins de la présente décision) et dans les différents Etats membres (***) = part de marché supérieur à 50 % ; ** = part de marché 20-50 % ; * part de marché 5-20 %) :

Tableau 35

	Legrand	ABB	Schneider	Siemens	Hager
Prises et interrupteurs	*** F, GR, I ** A, P * B, E, IRL, GB	** A, D, E, FIN, I, NL * IRL, S	*** DK ** FIN, S, N * B, D, F, GR	* A, D, GR	* GB
Systèmes de contrôle			* DK	* D, FIN	
Systèmes de sécurité	** F * E, I, P		* FIN, S, N	** D, FIN * S	
Eléments pour réseaux de communication	* F, I		** DK, N * FIN, NL, S		
Matériel de fixation et dérivation	*** F * E, IRL, NL, P	** FIN	*** DK, N ** F, FIN, S * I	* D	
Matériel de cheminement	*** P ** A, B, E, F		*** S, N ** FIN, GB	* D	*** DK ** D

en ambiance	* GR, IRL		* DK, NL		* B, F, FIN, NL, P, S, N
-------------	-----------	--	----------	--	--------------------------

647. Les fabricants des produits situés en aval des tableaux de distribution terminale fondent leur force sur la notoriété de leurs marques et sur la confiance que les installateurs et utilisateurs finals accordent à celles-ci. Ils essaient d'obtenir un accès privilégié aux grossistes principalement au moyen de l'octroi de rabais et de remises importants, mais également par le biais d'actions de promotion de leurs produits menées dans les magasins de ces derniers. Enfin, les fabricants entretiennent des relations directes avec les installateurs, ce qui constitue un impératif afin de stimuler la demande qui leur adressée. Pour ce faire, les fabricants offrent aux installateurs des sessions de formation, distribuent des logiciels informatiques d'aide à la conception d'installation électrique et aux choix de matériels spécifiques à leurs produits, mènent des d'actions de promotion sur le terrain et entretiennent des services d'assistance technique. Ainsi, l'ensemble des dépenses commerciales et marketing de Legrand représentent environ [0-10]*% de son chiffre d'affaires en France, soit un montant proche de [100-800]* millions de francs français²²¹.

Les grossistes

648. Les grossistes jouent un rôle particulièrement important dans les marchés de produits situés en aval du tableau de distribution terminale dans la mesure où la plus grande partie de ces produits est vendue à travers eux. L'enquête de la Commission a révélé que les parties et leurs concurrents vendent en règle générale 90 % ou plus de leurs produits ultra terminaux aux grossistes. Les quelques exceptions à cette règle ne concernent que des catégories de produits spécifiques (par exemple les prises téléphoniques ou les systèmes de contrôle) et/ou certains pays. Les grossistes dépendent de la demande créée par les fabricants et des marques connues des installateurs et des utilisateurs finals. Ils sont donc contraints de tenir en stock les produits fréquemment demandés qui sont en pratique ceux commercialisés sous des marques bénéficiant d'une forte notoriété.

649. De surcroît, pour des raisons de rationalisation, les grossistes réduisent le nombre de leurs fournisseurs. L'enquête de la Commission a révélé qu'en règle générale les grossistes tentent de réduire à trois ou quatre le nombre de leurs fournisseurs pour chaque catégorie de produits. La concentration des achats des grossistes sur un nombre réduit de fournisseurs est également le résultat des nombreuses remises et autres rabais qui leur sont accordées par les grands fabricants et qui peuvent représenter plus de [30-60]* % du prix de vente des produits. Ceci les incite à vendre surtout les produits des fabricants et des marques déjà bien implantées et disposant d'une part de marché substantielle. Inversement, les grossistes ont peu d'incitation à investir des efforts significatifs pour aider une marque mineure ou un nouvel entrant à accroître ou à développer sa position sur le marché. Ce constat, qui est valable pour l'ensemble des matériels électriques basse tension, revêt une importance plus particulière en ce qui concerne les produits situés en aval du tableau de distribution terminale. En effet, il existe pour ces produits de nombreux petits fabricants indépendants, spécialisés dans la

²²¹ Plan Moyen Terme 2001-2005 Legrand SNC France. Document fourni en annexe à la réponse de Legrand à la question 315 du questionnaire du 6 avril 2001.

production d'un seul type de matériels et présents dans un nombre réduit d'Etats membres. Ces petits fabricants sont les principaux menacés par le processus de rationalisation et de concentration des achats des grossistes.

650. Enfin, l'enquête de la Commission a indiqué sans ambiguïté que les relations commerciales entre les grossistes et les fabricants de matériels situés en aval du tableau de distribution terminale s'organisent sur une base nationale, voire locale. Ceci est vrai pour l'ensemble des aspects commerciaux, et notamment le choix des fournisseurs, la détermination des gammes achetées et vendues, la détermination des prix et des rabais, la mise en œuvre d'actions de promotions spécifiques. Enfin, les grossistes sont relativement peu sensibles aux prix des produits qu'ils achètent et davantage aux remises et aux rabais commerciaux que leur accordent les fabricants qui génèrent une fraction importante de leur marge bénéficiaire.

Les installateurs

651. Les installateurs sont responsables de l'installation des matériels électriques basse tension auprès du client final. Ainsi qu'il a déjà été expliqué ci-dessus, ils ont en général une attitude conservatrice et demeurent très attachés aux marques qu'ils connaissent et auxquelles ils font confiance. En ce qui concerne les produits situés en aval du tableau de distribution terminale, les installateurs sont souvent prescripteurs de la marque. Des maîtres d'œuvre (architectes, bureaux d'études etc.) interviennent en effet très rarement dans cette décision, à l'exception des systèmes de contrôle et de sécurité et des éléments pour réseaux de communication qui ne sont le plus souvent installés que dans les grands bâtiments tertiaires. Le pouvoir de décision des installateurs sur le choix de la marque est toutefois limité par les éventuels souhaits de leurs clients, motivés surtout par l'esthétique des produits. Cela concerne principalement les prises et interrupteurs, rarement les autres produits.
652. Les critères décisifs dans le choix d'une marque par un installateur sont la sécurité, garantie à ses yeux par une marque bien connue à laquelle il fait confiance, la facilité de montage de l'installation et la disponibilité du produit chez le magasin de son grossiste local. En revanche, le prix joue un rôle plus marginal, parce que les éventuelles économies réalisées grâce à l'achat de produits bon marché comptent en général moins à ses yeux que le temps nécessaire pour s'accoutumer à l'installation d'un produit nouveau et mal connu. En outre, l'installateur n'étant pas le consommateur final, il répercute sur ses clients le coût des produits qu'il installe.

Les clients finals

653. Le client final est principalement intéressé par le résultat d'ensemble, à savoir l'installation électrique terminale complète. Le seul prix qu'il connaît est le prix de l'installation complète, dont la majeure partie est constituée par la rémunération du travail d'installation. En pratique, le client final ne connaît pas en détail le prix de chaque produit installé et ne s'y intéresse normalement pas. Pourtant, il aura en règle générale plus d'intérêt dans le choix des matériels situés en aval du tableau terminal que pour ceux situés en amont. En effet, les produits situés en aval du tableau terminal, en particulier les prises et interrupteurs, sont visibles dans les bâtiments résidentiels ou tertiaires, et ses critères personnels en matière esthétique peuvent alors entrer en jeu.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

L'entité fusionnée Schneider/Legrand sera un acteur incontournable sur la plupart des marchés d'équipements électriques situés en aval du tableau de distribution terminale en Europe

L'entité issue de la fusion bénéficiera d'une panoplie de produits et d'une couverture géographique très sensiblement supérieure à celles de tous ses concurrents

654. L'entité issue de la fusion disposera d'une panoplie complète de produits couvrant tous les marchés d'équipements électriques situés en aval du tableau terminal. En outre, elle disposera d'une couverture complète de l'ensemble de l'EEE. L'évaluation du rôle que jouera Schneider / Legrand sur une échelle européenne, loin d'infirmier la définition géographique des marchés en cause comme étant de dimension nationale, fait partie intégrante de l'analyse des effets de la concentration sur chacun des marchés de produit et nationaux affectés.
655. En ce qui concernent les panoplies de produits, il convient de souligner que Schneider et Legrand sont déjà deux des principaux groupes généralistes sur les marchés de produits et géographiques en cause. Leur offre ne se limite pas aux prises et interrupteurs, mais comprend également pour chacun des deux groupes les matériels de fixation et de dérivation et des équipements de cheminement en ambiance qui sont directement associés à ces produits, ainsi que des systèmes de contrôle et de sécurité et des éléments de connexion pour réseaux de communication. L'offre de chacune des parties, quoique déjà large, peut néanmoins être comparée à celle des autres groupes généralistes comme ABB et Siemens et, dans une moindre mesure, Hager et GE.
656. L'adjonction du catalogue de produits de Legrand à celui de Schneider aboutira à la constitution d'une panoplie de produits d'une ampleur sans équivalent. Par exemple, Legrand apportera au nouveau groupe sa gamme de blocs autonomes d'éclairage de sécurité (" BAES ") ainsi que sa gamme de systèmes de contrôle d'accès (" portiers "). Schneider, pour sa part, complètera l'offre de Legrand avec sa gamme de systèmes de contrôle du chauffage et de l'éclairage. Enfin, la réunion de l'offre des deux groupes en prises informatiques et en composants de systèmes de communication aboutira à la constitution d'une gamme complète de produits " VDI " (Voix-donnée-images).
657. L'entité Schneider/Legrand détiendra une gamme de produits plus large que celles des autres groupes généralistes. Ainsi, ABB est absent, ou très marginalement présent, sur le marché des matériels de fixation et de dérivation et sur le marché des systèmes de sécurité et de protection²²². Siemens est absent des marchés des produits " VDI " et des cheminements en ambiance²²³. GE est absent des marchés de systèmes de sécurité et des produits " VDI " ²²⁴. Hager est absent des marchés de systèmes de sécurité, des produits " VDI " et des matériels de fixation et de dérivation²²⁵.
658. En ce qui concerne son implantation géographique, l'entité Schneider/Legrand bénéficiera également d'une couverture du territoire européen sans équivalent.

²²² Réponse d'ABB du 7 mars 2001.

²²³ Réponse de Siemens du 28 février 2001.

²²⁴ Réponse de GE du 26 février 2001.

²²⁵ Réponse d'Hager du 6 mars 2001.

659. Ainsi, Legrand est un groupe particulièrement bien implanté dans les Etats du sud de l'EEE. Il détient notamment des parts de marché très substantielles sur le marché des prises et interrupteurs en France ([80-90]* %), en Italie ([60-70]*%), au Portugal ([50-60]*%) et en Grèce ([40-50]*%). Inversement, Schneider est pour sa part particulièrement bien implanté dans les Etats du nord de l'EEE, et tout particulièrement dans les pays nordiques, depuis l'acquisition de Lexel. Il détient notamment des parts de marché très substantielles sur le marché des prises et interrupteurs au Danemark ([70-80]*%), en Finlande ([30-40]*%), en Suède ([40-50]*%) et en Norvège ([50-60]*%). La transaction proposée conduira donc à la combinaison des parts de marchés importantes détenues par Schneider en Europe du Nord à celles que Legrand détient en Europe du Sud.
660. En outre, la transaction aura pour effet de renforcer significativement les positions de chacune des parties sur de nombreux marchés nationaux sur lesquels Schneider et Legrand n'étaient jusqu'à présent pas en position prépondérante. Ainsi, en Espagne, la transaction aura pour effet, sur le marché des prises et interrupteurs, d'ajouter aux [10-20]*% de parts de marché détenues par Schneider en 2000 les [10-20]*% détenues par Legrand. L'entité issue de la fusion sera donc significativement renforcée et mieux à même d'affronter la concurrence du leader, Simon, qui détient une part de marché de [40-50]*%.
661. Les seuls Etats où l'entité fusionnée n'aura de parts de marché élevées sur aucun des marchés d'équipements situés en aval du tableau de distribution terminal seront l'Allemagne et, dans une moindre mesure, l'Irlande et les Pays-Bas.
662. Enfin, la transaction aura pour effet la constitution d'un groupe particulièrement puissant sur l'ensemble des marchés français d'équipements terminaux. Notamment, l'entité issue de la fusion détiendra un quasi-monopole sur le marché des prises et interrupteurs, [80-90]*% sur le marché des matériels de fixation et de dérivation, [50-60]*% sur le marché de l'éclairage de sécurité et [90-100]*% sur le marché des appareillages étanches.
663. L'entité issue de la fusion bénéficiera donc d'une couverture géographique complète de l'EEE et d'une panoplie de produits qui excèdera très largement celles de ses concurrents directs disposant d'une implantation européenne, à savoir ABB, Siemens, GE et Hager. En particulier, Schneider/LeGrand disposera de plusieurs positions de force sur de nombreux marchés nationaux ainsi que sur le marché des prises et interrupteurs. Ces positions de force seront un moyen à la disposition du nouveau groupe pour renforcer ses positions sur d'autres marchés de produits ou d'autres marchés nationaux. En outre, sa présence significative sur la plupart des marchés géographiques et des marchés de produits pourra également être utilisée pour contrer toute tentative de la part de ses concurrents de renforcer leurs positions sur les marchés où il sera en position prépondérante.
664. Dans leur mémoire en réponse à la Communication de griefs²²⁶, les parties mettent en cause cette analyse en se basant sur un calcul des positions des principaux concurrents sur un marché hypothétique de l'ensemble des équipements situés en aval du tableau terminal au niveau de l'EEE. Sur un " marché " ainsi défini, l'entité fusionnée aurait une part de [10-20]* %, contre [10-20]* % pour Siemens. Il ressort cependant du tableau

²²⁶ Point 569

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

fourni par les parties à cette fin, ainsi que du tableau 35 ci-dessus, que la position de Siemens sur ce marché hypothétique dérive pour l'essentiel de son implantation relativement forte dans deux segments uniquement : les systèmes de contrôle et les systèmes de sécurité. De plus, l'activité de Siemens dans ces segments est essentiellement concentrée dans un seul Etat membre, l'Allemagne.

665. Les parties ont également fait valoir²²⁷ que certains spécialistes, tels que Lucent, Pouyet, 3M, AMP, Quante, Alcatel et BICC, détiendraient sur certains produits des gammes de produits plus étendues que celles des spécialistes. Il ressort des noms de entreprises citées par les parties à l'appui de leur argumentation, que cette situation semble être limitée aux seuls composants pour réseaux de communication. En tout état de cause, même si la gamme de produits de ces spécialistes devait être d'une profondeur supérieure à celle des parties et des autres généralistes, il ne s'agit que de gammes de produits étroites, limitées à un nombre restreint de catégories de produits. Une telle situation n'est donc pas de nature à remettre en cause le constat selon lequel l'entité issue de la fusion disposera d'une gamme de produits ultra terminaux d'une ampleur supérieure à celles de tous ses concurrents, spécialistes ou généralistes.

666. Schneider / Legrand disposera donc d'une panoplie de produits et d'une couverture géographique sensiblement plus importantes que celles de tous ses concurrents.

L'entité issue de la fusion disposera d'une panoplie de marques inégalée par ses concurrents

667. Ainsi que l'indique le tableau ci-dessous, l'entité Schneider/Legrand disposera, sur le marché des équipements situés en aval du tableau terminal, d'une panoplie de marques sans équivalent, tant par leur nombre que par leur notoriété.

Tableau 36

Fabricants	Marques	Catégories de produits ultra terminaux pour lesquelles la marque est utilisée	Pays où les marques sont utilisées
Schneider	Alombard	Prises et interrupteurs, matériels de fixation et de dérivation	France
	Dalcotech	Systèmes de sécurité	Danemark
	Eljo	Prises et interrupteurs, matériels de fixation et de dérivation	Suède
	Elko	Prises et interrupteurs, systèmes de contrôle, matériels de fixation et de dérivation, produits VD	Suède, Finlande, Grèce

²²⁷ Mémoire en réponse à la Communication des griefs, point 573

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Fabricants	Marques	Catégories de produits ultra terminaux pour lesquelles la marque est utilisée	Pays où les marques sont utilisées
Schneider	Elso	Prises et interrupteurs, systèmes de contrôle, matériels de fixation et de dérivation	Allemagne, Grèce
	Esmi	Systèmes de sécurité	Finlande, Suède, Danemark, Allemagne
	Eunea - Merlin Gérin	Prises et interrupteurs, matériels de fixation et de dérivation	Espagne, Portugal
	Jojo	Systèmes de contrôle	Danemark, Royaume-Uni, France, Suède, Finlande
	Lexel	Systèmes de contrôle, produits “ VDI ”	Suède, Danemark, Finlande
	LK	Prises et interrupteurs, systèmes de contrôle, produits “ VDI ”, matériels de fixation et de dérivation	Danemark
	Merlin Gérin	Systèmes de contrôle, systèmes de sécurité	France
	Mita	Cheminevements en ambiance	Royaume-Uni, Belgique, Irlande
	Multisignal	Systèmes de sécurité	Suède
	Sarel	Prises et interrupteurs, matériels de fixation et de dérivation	France, Italie, Autriche, Belgique
	Schyller	Prises et interrupteurs	Italie
	Strömfors	Prises et interrupteurs, matériels de fixation et de dérivation	Danemark, Suède, Finlande, Allemagne
	Telesafe	Composants de réseaux de communication	Suède, Allemagne, Pays-Bas
Thorsman	Matériels de fixation et de dérivation, cheminevements en ambiance	Danemark, Finlande, Suède, Royaume-Uni, Belgique, Irlande, Pays-Bas, Allemagne	
Legrand	Legrand	Prises et interrupteurs, systèmes de contrôle, systèmes de sécurité, produits “ VDI ”, matériels de fixation et de dérivation, cheminevements en ambiance	France, Italie, Espagne, Portugal, Grèce, Royaume-Uni, Suède, Belgique, Pays-Bas, Autriche, Allemagne, Luxembourg, Danemark, Finlande, Norvège
	Arnould	Prises et interrupteurs	France
	Bticino	Prises et interrupteurs, systèmes de contrôle, produits “ VDI ”, matériels de fixation et de dérivation	Italie, Espagne, Portugal, Allemagne, Belgique, Autriche, France, Pays-Bas
	Quintela	Cheminevements en ambiance	Espagne, Portugal, Allemagne, Belgique
	Tegui	Systèmes de sécurité	Espagne, Portugal
	Tenby	Prises et interrupteurs, produits “ VDI ”, matériels de fixation et de dérivation	Grande Bretagne, Irlande
	Ortronics	Produits “ VDI ”	France, Italie, Royaume-Uni

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Fabricants	Marques	Catégories de produits ultra terminaux pour lesquelles la marque est utilisée	Pays où les marques sont utilisées
Legrand	Planet-Watthom	Chemineements en ambiance	France, Pays-Bas, Autriche, Danemark, Suède, Finlande, Allemagne
	Ura/Lumatic	Systèmes de sécurité	France, Espagne, Belgique, Suède
ABB	ABB	Prises et interrupteurs, systèmes de contrôle, produits " VDI "	Allemagne, Autriche, Pays-Bas, Belgique, Luxembourg, France, Italie, Espagne, Pays-Bas, Royaume-Uni, Irlande, Suède, Norvège, Danemark, Finlande, Grèce
	Busch-Jäger / BJE	Prises et interrupteurs, systèmes de contrôle	Allemagne, Autriche, Pays-Bas, Grèce
	Niessen	Prises et interrupteurs	Espagne
	Vimar	Prises et interrupteurs, systèmes de sécurité et de contrôle, systèmes de sécurité, produits " VDI ", matériels de fixation et de dérivation	Italie
GE	GE	Systèmes de contrôle	Allemagne, Pays-Bas, Belgique, France, Italie, Espagne, Pays-Bas, Royaume-Uni
	AEG	Prises et interrupteurs	Allemagne, Norvège, Danemark, Suède, Italie
	Lemag	Prises et interrupteurs	Espagne, Portugal
	Graesslin	Prises et interrupteurs	Allemagne
Siemens	Siemens/Cerberus	Systèmes de contrôle et de sécurité	Allemagne, Autriche, Belgique, Luxembourg, France, Italie, Espagne, Pays-Bas, Royaume-Uni, Irlande, Suède, Norvège, Danemark, Finlande, Grèce, Portugal, Luxembourg, Norvège

Source : parties et tiers

668. Chacune des parties dispose déjà d'un très large éventail de marques particulièrement bien implantées sur plusieurs marchés nationaux. La transaction proposée aboutira à la réunion au sein d'un même groupe des marques de Schneider, particulièrement bien implantées dans le Nord de l'EEE (Elso, Elko, Thorsmann notamment) et des marques de Legrand particulièrement bien implantées dans le sud de l'EEE (Bticino, Legrand notamment). De plus, Schneider/Legrand disposera de la marque Legrand qui est, avec la marque ABB, la seule véritable marque de dimension européenne couvrant une large gamme d'équipements situés en aval du tableau terminal.

669. Dans leur mémoire en réponse à la Communication de griefs²²⁸, les parties font valoir que dans chaque Etat membre, le nombre de marques concurrentes principales sera

²²⁸ Point 577

supérieur à celui dont disposera la nouvelle entité. A cet égard, il suffit de constater que les parties comparent le nombre de marques de l'entité fusionnée avec *l'ensemble* des marques détenues par tous leurs concurrents dans chaque pays, y compris des marques de spécialistes qui ne produisent que des gammes très étroites de produits, et non l'ensemble des marques détenues par chacun de leurs concurrents.

670. Le nombre et la qualité des marques de Schneider/Legrand confèrera un avantage concurrentiel substantiel au nouveau groupe compte tenu de leur rôle et de leur importance dans le fonctionnement des marchés de produits en cause. La marque constitue un élément déterminant dans le choix des équipements situés en aval du tableau terminal, notamment par les petits installateurs qui représentent la catégorie la plus importante d'acheteurs de ces produits. En effet, les petits installateurs ont l'habitude de travailler avec un nombre limité de marques différentes, afin d'avoir une connaissance approfondie des caractéristiques techniques des produits. Cela leur permet de parfaitement maîtriser leur processus d'installation et donc de gagner du temps. Ce phénomène est d'ailleurs encouragé par les fabricants eux-mêmes à travers des actions de formations des petits installateurs et la diffusion de logiciels d'aide à la conception d'installations électriques. De très nombreux fabricants et grossistes de dimension européenne ont confirmé que, dans la plupart des marchés nationaux, les marques jouait, vis à vis de cette catégorie de clients, un rôle plus important que le prix²²⁹.
671. En outre, la réunion au sein d'un même groupe de plusieurs marques disposant d'une forte notoriété et utilisées pour la commercialisation des mêmes catégories de produits donnera à Schneider/Legrand la possibilité de conduire des politiques commerciales différenciées et complémentaires pour chacune d'entre elles. De telles politiques permettront au nouveau groupe de répondre de manière particulièrement fine à la demande et à la concurrence sur chacun des segments du marché. En particulier, il sera possible pour Schneider/Legrand de positionner spécifiquement une marque sur le haut, le moyen et le bas de gamme. La quasi-totalité des autres acteurs sur le marché des équipements situés en aval du tableau terminal ne disposent que d'une seule marque par catégorie de produits et/ou par marché national. Il leur sera impossible, au moins à court et moyen terme, de contrer Schneider/Legrand en développant une politique commerciale multi-marques équivalente. Schneider/Legrand sera donc en situation de concurrencer directement leurs produits sur le segment du marché qui représente leur cœur de marché en utilisant une marque spécifique, tout en utilisant d'autres marques sur les autres segments du marché.
672. Legrand a déjà mis en œuvre une politique commerciale telle que décrite ci-dessus dans les Etats où cette entreprise possède plusieurs marques et il en recueille d'ores et déjà les fruits. Ainsi, il est expliqué dans un document interne Legrand concernant l'Italie²³⁰, que l'emploi "synergique" des marques Legrand et Bticino est une des forces du groupe Legrand dans ce pays. La marque Bticino est positionnée sur le haut de gamme tandis que les produits commercialisés sous la marque Legrand se situent à un niveau de prix inférieurs. L'intérêt d'être en mesure de conduire une politique multi-marques ressort particulièrement d'un document interne Legrand concernant le Portugal²³¹, Etat où

²²⁹ Voir notamment la réponse de Rexel du 25 juin 2001.

²³⁰ Plan Moyen Terme Italie Bticino, page marquée Annexe 4.

²³¹ Plan Moyen Terme Legrand Portugal, page marquée PMT 8.

Legrand dispose de trois marques : Legrand, Bticino et Quintela. Ce document détaille “ la situation, rôle et ambitions assignés à chacune (des marques du groupe) ”. Ainsi, il est indiqué que [...]*

673. Le développement d'une politique multi-marques cohérente chaque fois que cela est possible apparaît d'ailleurs comme une des priorités du groupe Legrand. Ainsi, il est indiqué dans un document interne Legrand concernant la France²³² que “ renforcer une position alternative à l'offre appareillage Legrand ” constitue l'objectif stratégique prioritaire pour l'entreprise et la marque Arnould (du groupe Legrand) sur le marché des “ appareillages ” (prises et interrupteurs) dans ce pays.
674. L'existence d'une politique multi-marques cohérente conduite par Legrand et son intérêt sont également relevés par Schneider. Ainsi, dans un document interne de cette entreprise concernant l'Espagne ²³³, il est indiqué que les marques Legrand et Bticino seraient dans ce pays “ complémentaires ” et “ différenciées ”. En particulier, il est expliqué que la marque Bticino est positionnée sur le segment “ grand standing ” tandis que la marque Legrand est plus spécifiquement destinée au marché des “ grands chantiers ”.
675. Il résulte de ce qui précède que les avantages concurrentiels résultant de la panoplie de marques détenues par Schneider / Legrand sont largement plus importants que les coûts additionnels, invoqués par les parties dans leur mémoire en réponse à la Communication de griefs²³⁴, entraînés par la nécessité de maintenir une diversité correspondante de références, catalogues ou emballages. A cet égard, il est significatif de constater que tant Schneider que Legrand ont maintenu les marques des entreprises actives sur les marchés des équipements ultra terminaux qu'ils ont acquises au cours des dernières années, ainsi que cela ressort du tableau 36 ci-dessus.

L'entité issue de la fusion bénéficiera d'un accès privilégié à la distribution

676. Ainsi que cela a été exposé plus haut, en raison de l'étendue de sa gamme de produits ainsi que la notoriété de ses marques, Schneider/Legrand représentera une part importante du chiffre d'affaires des grossistes et, par voie de conséquence, une part importante du montant de leurs achats dans la plupart des Etats membres de l'EEE (voir de plus ci-dessus le tableau 31). Le nouveau groupe sera donc un partenaire incontournable pour les grossistes. Il sera notamment possible pour un grossiste d'obtenir une gamme complète d'équipements situés en aval du tableau terminal en se fournissant exclusivement auprès de Schneider/Legrand. Un grossiste qui ferait ce choix serait même en mesure d'offrir à sa clientèle plusieurs marques, ayant des positionnements de prix différents, pour de nombreuses catégories de ces produits.
677. Les relations commerciales entre les fabricants des produits en cause et les grossistes ont été décrites ci-dessus²³⁵ dans le cadre de l'analyse de l'impact sur la concurrence de l'opération notifiée sur les marchés de composants de tableaux de distribution électrique.

²³² A la page marquée (PMT 7).

²³³ Plan Stratégique à 3 ans Eunea de 1996, page 3.

²³⁴ Point 580

²³⁵ Voir paragraphes 495 à 502.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Les mêmes mécanismes d'incitation des grossistes que ceux décrits ci-dessus existent pour les produits en cause.

678. Les grossistes seront très fortement incités à s'assurer que le niveau de leurs achats vis à vis de Schneider / Legrand reste au moins constant. De plus, ces mécanismes complexes de remises et de rabais couplés au poids important du nouveau groupe dans les achats des grossistes conféreront à Schneider / Legrand un moyen de pression important vis à vis de ces grossistes. Schneider / Legrand sera notamment en position de contraindre les grossistes à distribuer ses nouveaux produits ou bien des gammes de produits qu'ils ne distribuaient pas jusqu'alors. Une telle situation existe déjà partiellement dans les pays où l'un ou l'autre des deux groupes est déjà puissant. Ainsi, [...] ²³⁶.

La transaction Schneider / Legrand élimine un facteur important des conditions de concurrence sur plusieurs marchés

679. La rivalité entre Schneider et Legrand était, jusqu'à présent un facteur important des conditions de concurrence sur plusieurs marchés d'équipements ultra terminaux. Cette appréciation vaut essentiellement pour les marchés nationaux dans lesquels l'un des groupes est prédominant et l'autre groupe un challenger actuel ou potentiel.

680. Il a déjà été expliqué que Schneider est prédominant dans de nombreux marchés de produits ultra terminaux en Europe du Nord tandis que Legrand détient une position identique dans de nombreux marchés nationaux d'Europe du Sud.

681. S'agissant des marchés de produits des pays Nordiques dans lesquels Schneider est market leader, Legrand constitue un concurrent potentiel dont l'entrée est le plus souvent imminente. Ainsi, Legrand est présent géographiquement parlant dans la région (en [...] ²³⁷) mais sur d'autres marchés de produits. Il commercialise en [...] ²³⁸, en plus des composants pour tableaux de distribution électrique, des blocs autonomes d'éclairage de sécurité. Selon ses propres estimations, Legrand détient [10-20] ²³⁹% du marché suédois des BAES ²³⁷. De plus, il est indiqué dans ce même document ²³⁸ que l'objectif prioritaire de Legrand est [...] ²³⁹. Il apparaît donc que Legrand [...] ²³⁹ et qu'il s'attendait à une forte réaction de la part de Schneider. La transaction proposée élimine ce facteur de concurrence au moins sur le marché [...] ²³⁹.

682. S'agissant des marchés nationaux où Legrand est en position de market leader sur un ou plusieurs marchés de produits ultra terminaux, à savoir la France, mais d'un moindre degré aussi l'Espagne, l'Italie, le Portugal et la Grèce, Schneider est un concurrent direct et menaçant.

²³⁶ Plan Moyen Terme [...] ²³⁷ Bticino, page marquée PMT2C'4. Document fourni en réponse à la question 315 du questionnaire du 6 avril 2001.

²³⁷ Plan Moyen Terme Legrand, 2001-2005 – [...] ²³⁸, pages marquées LRP 3 (next). Document fourni en réponse à la question 315 du questionnaire du 6 avril 2001.

²³⁸ Page marquée LRP 7.

²³⁹ Page marquée Annex 3.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

683. Ainsi, dans un document interne de Legrand concernant la France²⁴⁰, où la part de marché de ce groupe sur le marché des prises et interrupteurs excède les [80-90]*%, il est expliqué que le risque principal auquel est confronté le groupe est “ la construction d’une alternative concurrente à la marque Legrand sur l’appareillage, par Schneider Electric, sur la base Alombard-Sarel-Infra + ”. Il est également indiqué à la même page de ce document que [...]*. Les gammes de produits offertes par Alombard, Sarel et Infra + recouvrent une très large part des marchés de produits ultra terminaux. En effet, Alombard et Sarel commercialisent des prises, interrupteurs, des matériels de fixation et de dérivation et des cheminements en ambiance. Infra + est pour sa part un spécialiste des prises informatiques. En outre, il convient de relever que l’offre de Schneider en France peut être complétée à partir des gammes de produits Lexel. La transaction proposée a donc pour effet d’empêcher la constitution d’un véritable pôle concurrent à Legrand dans le pays où cette entreprise dispose d’une position prépondérante.

684. De la même façon, dans un document interne de Legrand concernant la Grèce²⁴¹, où Legrand détient quasiment [40-50]*% du marché des prises et interrupteurs, il est indiqué que [...]*

685. En l’Italie, l’Espagne et le Portugal, Schneider est absent ou marginalement présent sur les marchés des équipements en aval des tableaux terminaux. Il est cependant significativement présent sur les marchés des composants de tableaux de distribution électrique. Il lui serait donc relativement facile d’y introduire ses gammes de produits ultra terminaux puisque ceux-ci sont distribués par les mêmes grossistes que les composants de tableau de distribution électrique. A cet égard, [...]***²⁴².

L’entité issue de la fusion sera en mesure d’imposer à ses concurrents une course au renouvellement des gammes de produits

686. Le renouvellement à intervalles rapprochés des gammes de produits situés en aval des tableaux terminaux constitue pour les fabricants les mieux installés un moyen de contrer les fabricants de taille plus réduite, en même temps qu’un moyen de conserver ou d’améliorer l’image de leurs marques. Ainsi, il est indiqué dans un document interne Legrand concernant l’Italie²⁴³ que le taux de renouvellement de la gamme est une des forces du groupe dans ce pays. Le renouvellement des gammes d’équipements situés en aval des tableaux terminaux vise d’une part à l’adaptation de l’esthétique des produits à la demande des consommateurs, et d’autre part à l’enrichissement des fonctions de ces produits, notamment par l’adjonction de fonction électronique telles que la détection et le contrôle à distance.

687. Le renouvellement constant des gammes de produits a pour objectif et pour effet de réduire la durée de vie des produits et d’épuiser les ressources des concurrents de taille plus réduite en vue, le cas échéant de les pousser hors du marché. Ainsi, il est indiqué

²⁴⁰ Plan Moyen Terme Arnould, page marquée Annexe 3.

²⁴¹ Plan Moyen Terme Legrand, page marquée PMT2C’4.

²⁴² Plan Moyen Terme Espagne Bticino, page marquée PMT2C’4. Document fourni en réponse à la question 315 du questionnaire du 6 avril 2001.

²⁴³ Plan Moyen Terme 2001-2005 Legrand Italie, page marquée Annexe 4.

dans un document interne Schneider²⁴⁴ concernant l'entreprise Alombard le cycle de vie de plus en plus court ("shorter life time cycle") des prises et interrupteurs [...]*.

Conclusion

688. La transaction Schneider / Legrand changera radicalement la structure de concurrence sur les marchés des équipements ultra terminaux dans une partie importante de l'EEE. Elle conduira à la naissance d'un groupe disposant d'une série d'avantages substantiels sur ses concurrents, notamment la largeur de sa gamme de produits, l'étendue de sa couverture géographique, la panoplie de ses marques et ses relations avec les grossistes. Compte tenu en outre de la fragmentation de la demande émanant des installateurs, et de leur fidélité aux marques les plus connues, le nouveau groupe sera en mesure d'imposer des augmentations de prix sans que l'effet de celles-ci ne soient annihilé par des pertes de marché correspondantes. Il ressort de l'examen des incitation des grossistes qu'ils auront tendance à s'aligner sur le comportement de Schneider / Legrand.²⁴⁵

C.3.2 Prises et interrupteurs

689. Dans le marché des prises et interrupteurs, les parts de marché des parties et de leurs principaux concurrents sont les suivantes :²⁴⁶

Tableau 37

Segment : 5A1 Systèmes d'appareillages (parts de marché en 2000)					
	Schneider	Legrand	Hager	Siemens	ABB
Autriche	[0-10]*%	[20-30]*%		[10-20]*%	[20-30]*%
Belgique	[0-10]*%	[20-30]*%			
Allemagne	[0-10]*%	[0-10]*%		[10-20]*%	[30-40]*%
Danemark	[70-80]*%				
Espagne	[10-20]*%	[10-20]*%			[10-20]*%
France	[0-10]*%	[80-90]*%			
Finlande	[30-40]*%				[30-40]*%
Grèce	[0-10]*%	[40-50]*%		[10-20]*%	
Italie	[0-10]*%	[60-70]*%			[20-30]*%
Irlande		[10-20]*%			[0-10]*%
Luxembourg					
Pays-Bas		[0-10]*%			[30-40]*%
Portugal	[0-10]*%	[50-60]*%			
Royaume-Uni	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		
Suède	[40-50]*%				[10-20]*%
CE	[10-20]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
Norvège	[50-60]*%				[10-20]*%

²⁴⁴ Stratégie produit/marché Alombard. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

²⁴⁵ Voir paragraphes 495 à 502.

²⁴⁶ Ces données fournies par les parties se réfèrent au "segment 5.A.1" et incluent donc les prises téléphone et télévision, les appareillages étanches et la partie des prises VDI vendue au sein de la gamme des prises et interrupteurs. Les parties ont pourtant indiqué que les parts de marché ne varient pas de manière significative en excluant les prises téléphone, télévision et VDI et l'appareillage étanche.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

EEE	[10-20]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
-----	-----------	-----------	----------	----------	-----------

Source : estimation fournies par les parties.

690. Il ressort de ces données qu'en France, Legrand est déjà dominant dans une mesure qui s'approche à un quasi-monopole avec une part de marché de [80-90]*%. Face à cette position dominante, et en l'absence presque complète d'ABB et Siemens du marché français, Schneider, avec une part de marché de [0-10]*%, est le seul concurrent qui à l'heure actuelle pourrait constituer une menace concurrentielle crédible et ainsi limiter la liberté de comportement de Legrand.
691. En effet, Schneider dispose de deux marques reconnues, Alombard et Sarel. La marque Alombard est particulièrement bien installée en haut de gamme du marché. Comme troisième acteur sur le marché à l'échelle européenne avec ses positions fortes en Europe du Nord et en même temps acteur important sur les autres marchés de la distribution électrique basse tension en France avec un accès privilégié aux grands groupes grossistes, Schneider a le potentiel de stabiliser et même accroître sa position sur le marché des prises et interrupteurs en France. Ceci est d'ailleurs indiqué dans des documents internes de Legrand, qui se réfèrent à la menace concurrentielle exercée par Schneider.²⁴⁷ L'opération notifiée aboutirait donc à éliminer la menace concurrentielle de Schneider. Or, il n'existe qu'un seul autre acteur apte à se développer sur le marché français des prises et interrupteurs, car il maîtrise la technologie franco-belge : la société Niko ([0-10]* % part de marché en 1999²⁴⁸). Cependant, [...]*, ce qui rend moins aisé l'exercice d'une pression concurrentielle forte entre ces deux marques. En éliminant la concurrence de Schneider et en conférant à l'entité issue de la fusion une part de marché de [90-100]*%, l'opération notifiée stabilisera et renforcera la position dominante existante de Legrand en France de façon considérable.
692. Dans la Communication de griefs, la Commission a soulevé que l'opération notifiée créerait ou renforcerait aussi des positions dominantes en Italie, au Portugal et en Grèce.
693. Dans leur réponse, les parties contestent cette analyse, en faisant valoir que malgré les positions fortes de Legrand dans les trois marchés concernés, en vue des parts de marché relativement faibles de Schneider et la présence d'autres concurrents plus importants, la transaction n'aurait pas d'effet restrictif sur la concurrence.
694. Le raisonnement des parties peut être accepté en ce qui concerne les marchés italien et portugais. Cependant, pour la Grèce la conclusion soutenue dans la Communication de grief doit être maintenue.
695. Tout d'abord, comme il a été expliqué plus haut, Schneider constitue le seul concurrent qui est en mesure d'exercer une pression concurrentielle sur Legrand dans le marché des prises et interrupteurs à une échelle européenne. La position actuelle parfois faible de Schneider dans certains marchés nationaux ne reflète donc pas forcément son potentiel concurrentiel. Ce n'est que si la position de départ de Schneider est vraiment marginale comparé à celle des autres concurrents que des effets négatifs de la transaction en question sur la concurrence ne peuvent pas être établis.

²⁴⁷ Voir citations ci-dessus, note de bas page 210.

²⁴⁸ Les parts de marché de tous les concurrents dans le marché des prises et interrupteurs qui ne figurent pas dans le tableau 37 sont des données pour 1999, fournies par les parties dans le formulaire CO.

696. En Italie, Legrand dispose à l'heure actuelle d'une position prépondérante avec une part de marché de [60-70]*% et deux marques bien implantées, BTicino et Legrand. Cependant, Schneider n'y dispose à l'heure actuelle que d'une part de marché de [0-10]*%, tandis que d'autres acteurs comme ABB (à travers sa filiale Vimar) avec [20-30]*% et Gewiss avec [10-20]*% sont bien mieux implantés dans ce marché. Même en tenant compte de l'élimination de la concurrence potentielle émanant de Schneider, le chevauchement de parts de marché n'est pas assez significatif pour que l'on puisse établir avec un degré suffisant de certitude que l'opération notifiée changera les conditions de concurrence sur le marché italien des prises et interrupteurs d'une telle mesure que la position dominante existante de Legrand sera renforcée.
697. Il en est de même au Portugal, où Legrand dispose actuellement d'une position très forte avec une part de marché de [50-60]* % et quatre marques bien implantées, Legrand, BTicino, Quintela et Terraneo, mais où Schneider n'a qu'1 % de part de marché. Les principaux concurrents de Legrand sur ce marché sont General Electric (GE), Elapel et JSL avec des parts de marché de [20-30]*%, [10-20]*% et [0-10]* % respectivement. Dans ces conditions, il n'est pas possible d'établir avec un degré suffisant de certitude que l'élimination de la concurrence actuelle et potentielle de Schneider conduira à la création ou au renforcement d'une position dominante.
698. La situation est pourtant différente en Grèce. Sur ce marché aussi, Legrand possède avec [40-50]*% une part de marché élevée, qui s'écarte considérablement de celle de ses principaux concurrents, Siemens ([10-20]*%), Berker ([10-20]*%) et Jung ([10-20]*%), mais qui ne lui confère pas encore une position prépondérante comparable à celle dont Legrand dispose par exemple en Italie ou au Portugal. Schneider, par sa marque, est le quatrième acteur avec une part de marché de [0-10]*%. Il est considéré par Legrand comme un concurrent principal.²⁴⁹ L'opération notifiée éliminera ce concurrent et créera un market leader avec une part de marché de [40-50]* %, soit trois fois celle de Siemens et trois fois et demie celle des deux concurrents suivants. A côté de l'entité issue de la fusion, Siemens sera le seul concurrent disposant d'une implantation significative aussi bien sur d'autres marchés de produit que géographique ; Berker et Jung, par contre, sont des sociétés PME allemandes spécialisées dans les marchés d'équipements situés en aval du tableau terminal.
699. En résumé, étant donné (i) la position actuelle forte mais pas encore clairement dominante de Legrand, (ii) l'apport à cette position de la part non négligeable de Schneider et (iii) la position des concurrents restants en comparaison beaucoup plus faibles, il est établi que la transaction notifiée changera considérablement les conditions de concurrence sur le marché des prises et interrupteurs en Grèce et conduit à la création d'une position dominante de l'entité issue de la fusion.
700. La Commission conclut, dès lors, que l'opération notifiée renforcera une position dominante sur le marché des prises et interrupteurs en France et créera une telle position en Grèce.

²⁴⁹ Plan moyen terme Legrand Grèce, citée en note de bas de page 211.

C.3.3 Appareillage étanche

701. Sur le marché de l'appareillage étanche, il y a des chevauchements de parts de marché des parties en Allemagne, en Espagne, en France et en Grèce. Tandis que ces chevauchements ne sont pas d'ordre à créer des problèmes de concurrence en Allemagne (Legrand y disposerait de [0-10]* % et Schneider de [0-10]*% selon les parties) et en Grèce (Legrand y disposerait de [20-30]*% et Schneider de [0-10]* % selon les parties), les parts de marchés des parties sont substantiellement plus élevées en France et en Espagne.
702. En France, les parties indiquent que pour l'an 2000 la part de marché de Legrand serait de [80-90]*% et celle de Schneider de [0-10]* %. Cette information correspond globalement à des estimations contenu dans le Plan moyen terme de Legrand 2001-2005 France, selon lesquelles Legrand (y inclut Arnould) aurait une part de marché de [90-100]*% et Schneider de [0-10]* %. D'après chacune de ces estimation, Legrand est largement dominant sur le marché français des appareillage étanches. L'opération notifiée éliminera toute concurrence encore en place sur ce marché et, par conséquent, renforcera cette position dominante.
703. Pour l'Espagne, les parties ont estimé la part de marché de Legrand en 2000 à [30-40]* % et celle de Schneider à [0-10]* %, basée sur une estimation de la taille de marché à [10-30]*millions €. Pourtant, dans le Plan moyen terme 2001-2005 BTicino Espagne, la taille du marché est estimée à [1 000-3 000]*millions de pesetas, soit [0-10]* millions € ; selon ce même documents, Legrand (y inclu BTicino) aurait une part de marché de [60-70]*% et Schneider, Simon et Gewiss de [0-10]* % chacun.
704. Legrand a expliqué que les données contenues dans les Plans moyen terme seraient des estimation de la part des forces de vente actives dans les pays respectives qui auraient pour source principales les grossistes et auraient alors tendance à sous-estimer la taille entière du marché. Cependant, Legrand a admis que pour les appareillages étanches, la part distribuée à travers les grossistes serait sûrement prépondérante et de ce fait l'estimation globale du marché devrait être à peu près ciblée.²⁵⁰ En effet, Legrand n'a pas indiqué qu'il vend des appareillages étanches par une autre voie que par celle des grossistes.²⁵¹
705. Selon Schneider, la part de marché de Legrand serait de [40-50]*%, celle de Schneider de [0-10]* % et la taille du marché de [1 000-3 000]* millions de pesetas, soit [0-10]* millions €.
706. D'ailleurs, une partie tierce a fourni des estimations des parts de marché qui se situent entre [50-80]*% pour Legrand et en dessous de [0-10]* % pour Schneider ; selon ce tiers, la taille du marché a un montant qui se situe à [0-10]* millions € .²⁵²
707. En comparant ces différentes estimations sur la taille et la structure du marché espagnol des appareillages étanches, la Commission arrive à la conclusion que les données fournies par les parties dans le cadre de cette procédure doivent surestimer la taille du marché et

²⁵⁰ Réponse du 10 juillet 2001, question 21, qui renvoie aux réponses aux questions 20 et 4.

²⁵¹ Réponse du 10 juillet 2001, question 19.

²⁵² Réponse de Simon aux questionnaire concurrents phase II (segment 5)

par conséquent sous-estimer la part de marché de Legrand. Par contre, les estimations qui se trouvent dans le Plan moyen terme Espagne de Legrand sont très proches des estimations de la partie tierce mentionnée ci-dessus et aussi des estimations fournies par Schneider, au moins en ce qui concerne la taille de marché.

708. La Commission de ce fait conclut que la taille du marché des appareillages étanches en Espagne ne dépasse pas significativement le montant de [0-20]* millions €. En ajoutant une marge de sécurité de [10-20]* % en faveur des parties, elle peut donc être chiffrée à [0-20]* million €. Sous cette hypothèse, et partant par les données fournies par les parties elles-mêmes concernant leurs chiffres d'affaire (Legrand : [0-10]* millions €, Schneider : [0-10]* millions €), la part de marché de Legrand peut être estimée à [40-50]*% au minimum et celle de Schneider à au moins [0-10]* %.
709. Partant de ces données, Legrand est à l'heure actuelle clairement déjà le "market leader", avec un écart considérable entre sa part de marché et celle des principaux concurrents (Simon, Gewiss), que le Plan moyen terme Legrand estime à [0-10]*% chacun.²⁵³ A cette position déjà forte, l'opération notifiée ajoute celle de Schneider. Or, la part de marché actuelle, relativement faible, de Schneider sur le marché espagnol des appareillages étanches ne représente pas complètement le potentiel concurrentiel de Schneider sur ce marché, étant donné que Schneider n'y est entrée qu'en 1999. Au contraire, le fait que Schneider ait pu conquérir, en deux ans seulement, une part de marché d'au moins [0-10]* % dans un marché où il était complètement absent auparavant montre que cette entreprise est bien positionnée pour exercer une pression concurrentielle significative vis-à-vis de Legrand. En éliminant cette concurrence entre Schneider et Legrand, la présente transaction est susceptible de conférer à l'entité issue de la fusion une position dominante.
710. Dans leur réponse à la Communication de griefs, les parties contestent cette analyse, en se basant sur deux arguments :
711. L'apport de la part de marché de Schneider ne renforcerait que très faiblement la position de Legrand et n'aurait donc pas d'effet restrictif sur la concurrence.
712. Le succès relativement rapide de Schneider sur le marché espagnol des appareillages étanches montre la très grande ouverture de ce marché et la pénétration aisée de tout nouveau concurrent.
713. Cependant, la part de marché de [0-10]* % actuellement détenue par Schneider est loin d'être négligeable. Comme expliqué ci-dessus, elle reflète un potentiel de croissance considérable en vue de l'entrée relativement récente de Schneider sur le marché en question. De plus, la part de marché de Schneider représente déjà à l'heure actuelle une position significative comparé à celles des principaux concurrents, Simon ([0-10]* %) et ABB/Niessen ([0-10]* %)²⁵⁴, surtout si l'on se tient compte que Simon est le leader du marché des prises et interrupteurs standard en Espagne et y détient une part de marché de [40-50]* %.

²⁵³ Les parties n'ont pas fourni une estimation des parts de marché de ces concurrents dans le cadre de la présente procédure.

²⁵⁴ Parts de marché selon le mémoire des parties, point 659.

714. En réponse au deuxième argument cité ci-dessus, force est de constater que le succès rapide de Schneider sur le marché espagnol de l'appareillage étanche, comparé avec la faiblesse relative de concurrents comme Simon et ABB/Niessen qui sont pourtant forts dans le marché de l'appareillage standard, montre bien davantage la force concurrentielle de Schneider qu'une absence prétendue de barrières à l'entrée. Il faut rappeler à cet égard que Schneider est loin d'être un "nouvel entrant" sur les marchés de la distribution électrique basse tension en Espagne. En effet, Schneider a une position bien établie en Espagne dans les marchés des composants de tableaux électriques. Par ailleurs, il dispose d'une gamme d'appareillages étanche déjà commercialisée avec succès sur le marché français, d'où les appareillages étanches vendus en Espagne sous la marque Eunea sont d'ailleurs importés. Il n'existe aucun autre concurrent qui est à la fois déjà fortement implanté sur d'autres marchés de produits en Espagne et dispose d'une marque reconnue et d'une gamme complète d'appareillages étanches.
715. La Commission conclut, dès lors, que l'opération notifiée renforcera une position dominante sur le marché de l'appareillage étanche en France et créera une telle position sur le même marché en Espagne.

C.3.4 Eclairage de sécurité / BAES

716. Sur le marché des systèmes d'éclairage de sécurité, les activités des parties se chevauchent de façon significative en France, où Legrand (y incluses ses filiales URA et Lumatic) atteint une part de marché de [50-60]* % et Schneider de [0-10]* %. Si l'on regarde les seuls BAES, les parts de marché sont de [60-70]* % pour Legrand et [0-10]* % pour Schneider. Tandis que Legrand fabrique ces produits lui-même, Schneider les achète, pour le marché français principalement auprès de l'entreprise Kaufel. Les principaux concurrents des parties sont Cooper (marque : Luminox ; [10-20]*%) et Chubb ([0-10]* %), tous les autres concurrents ayant des parts de marché en dessous de [0-10]* %. Legrand est donc déjà le leader incontesté de ce marché avec une part de marché à peu près quatre fois supérieure à celle du prochain concurrent. Etant donné cette position, il peut être avancé que Legrand jouit d'une position dominante sur ce marché. Schneider, par contre, n'est que récemment entré dans le marché français de l'éclairage de sécurité et n'avait qu'une part de marché de [0-10]* % en 1997; à cette époque, Legrand disposait encore de [70-80]*% du marché. Ceci montre que Schneider a pu devenir un concurrent sérieux de Legrand dans une période de quelques années seulement. Schneider a rendu au leader du marché une part de marché significative, et cette entreprise est donc en mesure d'exercer une contrainte appréciable sur le comportement de Legrand. Cette constatation est confirmée par un document interne d'URA, filiale de Legrand, qui évoque la "difficulté de maintenir les prix du fait de la banalisation des produits et de l'attaque de Schneider qui exerce une double pression négative : pression sur les prix en général [...]*; pression sur le 'mix', Schneider ayant fondé son attaque sur les produits 'basiques'".²⁵⁵
717. Le rapprochement entre Schneider et Legrand éliminera cette contrainte concurrentielle et donnera à l'entité fusionnée une part de marché de presque [50-60]*% dans l'éclairage de sécurité dans son ensemble et de plus de [60-70]* % dans le marché des seuls BAES. De ce fait, l'entité issue de la fusion verra sa position dominante renforcée d'une telle façon que les autres concurrents, sociétés spécialisées ne disposant pas de ressources et d'accès aux grossistes comparables à Schneider, ou de nouveaux entrants potentiels ne

²⁵⁵ SAFT URA – Plan moyen terme 2001-2005.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

seront encore moins en mesure de contrôler son comportement sur le marché. Comme l'indique une partie tierce²⁵⁶, le système de calcul des rabais pratiqué par Schneider ne permettra plus à des concurrents d'être compétitifs.

718. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties n'ont pas contesté cette analyse comme telle, mais seulement fait valoir l'absence d'effet négatif sur la concurrence de l'opération en se basant sur un marché de produit élargi des systèmes de sécurité des personnes (couvrant à la fois l'éclairage de sécurité et la détection incendie). Ainsi qu'il a été montré dans les développements ci-dessus, cette position des parties n'est pas soutenable.

719. La Commission conclut, dès lors, que l'opération notifiée renforcera une position dominante sur le marché de l'éclairage de sécurité ou un possible marché plus restreint des BAES en France.

C.3.5 Analyse de l'impact sur la concurrence de la concentration sur les marchés des matériels de fixation et de dérivation

720. L'entité combinée Schneider/Legrand sera le principal acteur sur le marché des matériels de fixation et de dérivation au niveau européen. Elle détiendra une part de marché cumulée au niveau de l'EEE de [20-30]*% et d'une présence dans onze Etats membres. Les parties expliquent que leur principal concurrent au niveau européen sera Hager avec une part de marché de [10-20]*% mais une présence réduite à un seul Etat membre, l'Allemagne. Hager a toutefois indiqué qu'il n'est pas actif sur ce marché de produits²⁵⁷.

721. L'opération notifiée conduira à l'addition de parts de marché très substantielles sur le marché français des matériels de dérivation et de fixation.

L'entité issue de la fusion détiendra une part de marché particulièrement élevée sur le marché français

722. L'entité Schneider/Legrand détiendra une part de marché de [70-80]*% sur le marché français des matériels de fixation et de dérivation. Legrand dispose sur ce marché d'une part de marché de [50-60]*% à laquelle viendra s'ajouter [20-30]*% de parts de marché détenue par Schneider (Chiffres 2000). Les parties n'ont pas été en mesure d'identifier les autres acteurs sur ce marché.

723. De plus, l'entité Schneider/Legrand disposera de parts de marché encore plus élevées sur certaines catégories de produits de fixation et de dérivation. Ainsi, Schneider détient [20-30]*% et Legrand [40-50]*% (chiffres pour l'année 2000) du marché français des boîtes d'encastrement et de dérivation²⁵⁸. Les parties n'ont pas été capables d'identifier leurs concurrents pour les boîtes d'encastrement et de dérivation. Legrand explique que cette catégorie de produits représente environ 40% du total du marché en cause²⁵⁹.

²⁵⁶ Kaufel, message électronique du 3 juillet 2001.

²⁵⁷ Réponse de Hager du 6 mars 2001.

²⁵⁸ Réponse des parties à la question 239 du questionnaire du 6 avril 2001.

²⁵⁹ Annexe Legrand à la question 239 du questionnaire du 6 avril 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

724. La transaction proposée a donc pour conséquence de conduire au regroupement des parts de marché des deux principaux acteurs sur le marché en cause.

L'entité issue de la fusion disposera d'une panoplie de marques sans équivalent

725. L'entité Schneider/Legrand opérera sur le marché français des matériels de fixation et de dérivation avec quatre marques bénéficiant toutes d'une forte notoriété. Ainsi, aux marques Alombard et Sarel détenues par Schneider, Legrand apportera les marques Legrand et Arnould. Ces marques sont bien connues des installateurs car elles représentent l'essentiel des ventes de prises et interrupteurs réalisées en France.

726. Cette situation permettra au nouveau groupe de développer une politique commerciale multi-marques afin de répondre de manière particulièrement adaptée à chaque segment de la demande. Ainsi, Sarel est d'ores et déjà plus particulièrement positionné sur la partie de la demande émanant du secteur industriel tandis qu'Alombard bénéficie d'une image de marque haut de gamme. Legrand et Arnould pour leur part bénéficie d'une excellente image dans le secteur résidentiel. L'entité Schneider/Legrand sera donc en mesure de contrer les actions de ses concurrents en positionnant l'une de ses marques sur le cœur de son marché tout en pouvant utiliser ses autres marques sur les autres segments du marché.

L'entité issue de la fusion disposera de fortes positions sur l'ensemble des marchés français des produits situés en aval du tableau de distribution terminal

727. L'entité Schneider/Legrand sera particulièrement forte en France sur l'ensemble des marchés de produits situés en aval du tableau terminal. En particulier, le nouveau groupe détiendra une part de marché de plus de [80-90]*% sur le marché des prises et interrupteurs. Il détiendra également une part de marché de [40-50]*% sur le marché des cheminements en ambiance (chiffres pour 1999).

728. Les matériels de dérivation et de connexion sont commercialisés à travers les mêmes canaux de distribution que les autres matériels électriques situés en aval du tableau terminal et la demande pour ces produits émanent principalement des installateurs. Les parties expliquent en effet que les fabricants réalisent [90-100]*% de leur chiffre d'affaires pour les produits situés en aval du tableau terminal avec les grossistes et que les installateurs représentent [90-100]*% de la demande adressée aux grossistes²⁶⁰.

729. Le nouveau groupe pourra donc utiliser sa force sur l'ensemble des marchés français des équipements électriques situés en aval du tableau terminal pour maintenir ou renforcer sa position sur le marché des matériels de fixation et de dérivation car l'ensemble de ces produits apparaissent comme fortement complémentaire. En particulier, les boîtes dérivation et d'encastrement sont destinées à recevoir ou à s'intégrer aux autres produits ultra terminaux. Ainsi, dans un catalogue Legrand, l'offre de prises et interrupteurs, l'offre de cheminements en ambiance et l'offre de matériels de fixation et de dérivation sont présentées de façon groupée²⁶¹. De la même façon, dans un catalogue Arnould, il est

²⁶⁰ Formulaire CO, page 102.

²⁶¹ Catalogue 2001 Legrand, pages 206 et suivantes.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

expliqué quelles sont les séries de prises et interrupteurs qui peuvent être montées sur les boîtes d'encastrement de la série Igloo²⁶².

L'entité issue de la fusion disposera d'un accès privilégié aux grossistes

730. Les parties expliquent qu'en moyenne les matériels de fixation et de dérivation sont commercialisés à [90-100]*% à travers les grossistes²⁶³. Schneider/Legrand disposera d'un accès privilégié à la distribution pour son offre de matériels de fixation et de dérivation. En effet, le nouveau groupe sera un fournisseur incontournable au moins pour les principaux grossistes opérant en France.

731. Ainsi, Rexel, premier distributeur de matériels électriques en France avec une part de marché estimée à [40-50]*%, en France indique que Schneider/Legrand représentera entre [40-50]*% de ses ventes²⁶⁴ (voir ci-dessus le tableau 31).

732. Ainsi, le nouveau groupe disposera d'une position unique dans la distribution. Compte tenu de ce qui a été expliqué ci-dessus concernant les mécanismes de remises et de rabais, les grossistes seront incités au moins à maintenir leurs ventes de matériels de fixation et de dérivation du nouveau groupe.

L'entité issue de la fusion disposera d'une gamme complète de matériels de fixation et de dérivation (barrière à l'entrée)

733. Le marché des matériels de fixation et de dérivation est caractérisé par le nombre important de produits qu'il recouvre. Ceux-ci se déclinent en un nombre encore plus important de références. Le fait de détenir une gamme complète de produits représentent un avantage concurrentiel important à deux égards.

734. En premier lieu, il est plus facile et plus rapide pour un installateur d'acheter l'ensemble ou tout au moins la plus grande des matériels de fixation et de dérivation dont il a besoin auprès d'un même fournisseur. En effet, l'installateur qui choisirait de se fournir auprès de différents fournisseurs devrait soit consulter plusieurs catalogues de fabricants différents, soit visiter les rayons consacrés à chaque fabricant chez les grossistes. Ceci lui demanderait un investissement en temps important que ne justifierait pas le faible prix des produits en cause.

735. En second lieu, un fabricant détenant une gamme complète de produits bénéficie de la forte complémentarité de ces produits entre eux. Ainsi, il est expliqué dans un catalogue Sarel que les boîtiers de dérivation de la gamme " Murabox " sont " faciles à équiper avec la barrette de raccordement Sarel " et avec " le bornier de raccordement Sarel " ²⁶⁵.

736. Enfin, le fait d'avoir une gamme complète de produits familiarise les installateurs à l'utilisation des produits du fabricant en cause.

²⁶² Catalogue général Arnould 2001.

²⁶³ Formulaire CO page 102. Voir également Annexe Legrand à la question 132 du questionnaire du 6 avril 2001.

²⁶⁴ Réponse de Rexel au questionnaire de seconde phase de la Commission.

²⁶⁵ Catalogue général 2001 Sarel, pages 448 et 449.

Conclusion

737. La transaction proposée conduit à l'élimination du facteur essentiel des conditions de concurrence sur le marché français des matériels de fixation et de dérivation. Elle se traduit en effet par le rapprochement entre les numéros un et deux incontestés sur ce marché. L'entité issue de la fusion disposera de tous les moyens nécessaires pour contrôler le marché français des matériels de fixation et de dérivation. Elle sera notamment en mesure d'imposer ses prix sur le marché. Compte tenu de son poids dans la distribution, les grossistes ne seront pas en mesure de s'opposer à une telle augmentation de prix (voir ci-dessus). L'opération notifiée aboutit donc à la création d'une position dominante sur le marché français pour la vente de matériels de fixation et de dérivation. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties n'ont pas contesté cette conclusion.

C.3.6 Analyse de l'impact sur la concurrence de la concentration sur les marchés des produits de transformation

738. Les activités des parties sur ces marchés se chevauchent principalement en France, par le biais de ventes par Legrand de produits fabriqués lui-même et de ventes par Schneider de produits achetés d'un fabricant allemand, Murrelektronik.

739. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties ont fourni le tableau suivant présentant les parts de marchés des parties et de leurs principaux concurrents sur les deux marchés des transformateurs et des alimentations en France :

Tableau parts de marché transformateurs et alimentations

FRANCE	Transformateurs & Alimentations	Transformateurs	Alimentations
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]*%
MURRELEKTRONIC	[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]*%	
AUTRES (environ 50)	[20-30]* %		

740. Il ressort de ces données que Legrand est à l'heure actuelle le leader incontestable du marché des transformateurs en France, ayant une part de marché cinq fois plus élevée de celle du prochain concurrent, Siemens, et six à sept fois plus élevée que celle des troisième et quatrième acteurs, Schneider et Cecla. Le reste du marché, correspondant à

[40-50]* % du marché tout entier, est atomisé, aucun autre concurrent ne détenant une part de marché de plus de [0-10]* %. La transaction notifiée éliminera donc un des trois seuls concurrents de Legrand dont la position sur le marché n'est pas négligeable. De plus, elle élargira l'écart entre la part de marché de l'entité fusionnée et celle des prochains concurrents aux facteurs six (pour Siemens) et huit (pour Cecla).

741. A la part de marché de la nouvelle entité s'ajoute l'accès privilégié à la distribution dont elle jouira. Cet aspect joue un rôle moins prononcé dans l'analyse du marché concerné en vue du fait que les clients finals sont des industriels qui ont la capacité de se fournir en dehors du canal grossiste, et qu'en effet une partie considérable ([30-70]*%) des produits en cause sont en effet vendus directement des fabricants aux clients finals. Pourtant, il ressort de réponses de concurrents au cours de l'enquête que l'accès aux grossistes n'est pas sans influence sur le jeu concurrentiel dans le marché des transformateurs. En effet, selon un concurrent, Schneider contrôle de plus en plus les canaux de distribution par les grossistes, ce qui rend impossible pour d'autres marques de trouver des canaux de distribution.²⁶⁶ Selon une autre partie tierce, la fusion donnera à l'entité fusionnée la possibilité d'évincer ses concurrents d'abord du marché des ventes aux grossistes, puis du marché en général.
742. Dans leur Mémoire en Réponse, les parties font valoir que malgré cette structure du marché, l'opération ne créera ou renforcera pas une position dominante.
743. Tout d'abord, les parties mettent en avant que Schneider n'est présent sur le marché des transformateurs que par la revente de produits fabriqués par un concurrent. Cependant, ce fait ne change pas l'analyse de marché, puisque la part de marché de Schneider reflète bien la force concurrentielle de cette entreprise et non celle du fabricant tiers.
744. De même, l'argument des parties que le marché des transformateurs comme tel est en régression en raison de la substitution progressive des transformateurs par des alimentations n'exclut ni la possibilité de création ou renforcement d'une position dominante sur un tel marché, ni la nécessité, dans le cadre du contrôle des concentrations, de maintenir un degré suffisant de concurrence tant que le marché en question existe.
745. Les parties soutiennent de plus que même après la transaction notifiée, l'existence d'un grand nombre de concurrents de tailles diverses, allant de grands groupe comme Siemens, Moeller, Omron ou Phoenix offrant une gamme complète de produits jusqu'à des petits concurrents au niveau local, exercerait une contrainte concurrentielle suffisante vis-à-vis de l'entité fusionnée. Il en serait de même de la concurrence au moins potentielle de la part de fabricants d'alimentations.
746. Cependant, à l'exception de Siemens, les grands groupes mentionnés sont absents du marché français des transformateurs ou n'y détiennent qu'une position marginale. En outre, l'opération en question, en éliminant un des concurrents de taille non négligeable, réduira significativement la possibilité des concurrents restants et notamment des nombreux petits fabricants locaux de limiter la liberté de comportement de l'entité issue de la fusion. Quant à la concurrence de substitution émanant du marché voisin des alimentations, force est de constater que des principaux fabricants d'alimentations actifs

²⁶⁶ Polylux, réponse du 9 juillet 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

sur le marché français, trois (ELC, Lambda et Lutze) qui chacun détiennent une part du marché des alimentations de [0-10]* % sont complètement absents du marché des transformateurs. Par ailleurs, par l'opération notifiée, Schneider / Legrand deviendra aussi leader du marché des alimentations avec une part de marché [10-20]* %.

747. La Commission conclut donc que l'opération en question créera une position dominante sur le marché français des transformateurs.

C.4 Analyse de l'impact sur la concurrence de la concentration sur les marchés des auxiliaires de contrôle et de signalisation

748. L'entité Schneider/Legrand sera le principal acteur sur le marché européen des auxiliaires de contrôle et de signalisation avec une part de marché de [20-30]*% (Schneider [20-30]*% et Legrand [0-10]*%). Ses principaux concurrents seront Moeller et Siemens avec des parts de marchés respectives de [0-10]*% et [0-10]*% au niveau de l'EEE. A l'instar de ses deux principaux concurrents, Schneider/Legrand sera présent dans tous les Etats membres de l'EEE.

749. La transaction notifiée conduit à des additions de parts de marché très substantielles sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation.

C.4.1 L'entité issue de la fusion disposera d'une part de marché particulièrement élevée

750. Ainsi que cela est indiqué dans le tableau ci-dessous, l'entité Schneider/Legrand disposera de parts de marché sensiblement plus élevées que celles de ses concurrents sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation.

Tableau 38

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

Source : parties

751. La transaction proposée conduit donc au regroupement des deux principaux concurrents en termes de parts de marché sur le marché français. Elle conduit à la création d'un acteur qui disposera d'une part de marché de [60-70]*%, loin devant ses deux concurrents principaux, K&N et Moeller, qui disposeront respectivement d'une part de marché de [0-10]*%.

C.4.2 L'entité issue de la fusion disposera d'une panoplie de marques sans équivalent

752. Schneider/Legrand sera actif sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation sous quatre marques. Schneider est propriétaire des marques Télémécanique et Mafalec. Legrand pour sa part commercialise les produits en cause sous les marques Baco et Legrand.

753. Cette panoplie de marques permettra au nouveau groupe de couvrir de manière particulièrement fine chaque segment du marché. L'intérêt de pouvoir ainsi segmenter la demande est d'ailleurs souligné dans un document interne Schneider où il est expliqué

qu'en ce qui concerne " les gammes de produits conventionnelles, la segmentation permet de combiner croissance et rentabilité"²⁶⁷. En particulier, il ressort de ce document que posséder plusieurs marques permet de conduire des politiques de gammes et des politiques de prix différenciées pour chacune des marques. En outre, il est expliqué dans ce même document que disposer de plusieurs marques permet de " tirer profit d'une double approche multispécialiste / spécialiste ". Or, Baco se présente lui-même comme le " leader " sur le marché des commutateurs à cames avec une part de marché supérieure à [10-20]*%²⁶⁸.

754. L'entité issue de la fusion pourra ainsi reproduire ce que Schneider a réalisé avec l'acquisition de Mafelec. Il convient toutefois de souligner que les effets bénéfiques pour le nouveau groupe de l'adjonction des marques Legrand et Baco aux marques Télémécanique et Mafelec seront sensiblement plus importants que ceux que Schneider a retiré de l'acquisition de Mafelec pour deux raisons principales. Tout d'abord, Schneider/Legrand disposera de quatre marques, ce qui lui permettra de conduire une politique multi-marques encore plus sophistiquée. En outre, les concurrents restant sur le marché auront une présence sensiblement plus faible.
755. Dans leur Mémoire en Réponse²⁶⁹, les parties ont fait valoir que l'ajout de Baco à Schneider, en particulier à sa filiale Télémécanique, serait négligeable. Selon elles, la force commerciale de la marque Télémécanique, présente sur plusieurs continents, ne sera en rien renforcée par la marque Baco dont la notoriété et l'étendue de l'activité sont essentiellement limitées à la France. En outre, les produits commercialisés par Baco seraient classiques, standardisés et harmonisés et n'ajouteraient donc rien à la gamme de produits Schneider.
756. En premier lieu, il doit être relevé que les parties ne contestent pas l'argument selon lequel la détention par l'entité issue de la fusion d'une large panoplie de marques, sans équivalent chez ses concurrents, constitue un avantage concurrentiel. A cet égard, il est significatif que Schneider ait maintenu la marque Mafelec après sa prise de contrôle de cette entreprise en 1997²⁷⁰. Certes, la marque Télémécanique jouit d'une notoriété et d'une présence géographique qui excèdent très largement celles des marques Baco et Legrand, en ce qui concerne les produits en cause. Mais ces deux marques jouissent d'une bonne notoriété sur le territoire français qui profitera directement à l'entité issue de la fusion et viendra renforcer sa panoplie de marques.
757. En second lieu, il n'est pas contesté que les différentes catégories d'auxiliaires de contrôle et de signalisation commercialisées par le groupe Legrand sont également commercialisées par Schneider. Il n'en demeure pas moins que l'opération notifiée conduira à un renforcement significatif des positions de Schneider sur une catégorie au

²⁶⁷ Compte rendu du Comité d'Acquisitions du 17 octobre 1997, page . Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

²⁶⁸ Plan Moyen Terme 2001-2005 France Baco, page 9. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

²⁶⁹ Point 798 et suivants.

²⁷⁰ Document interne Schneider fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 10 juillet 2001. Compte rendu au Comité d'acquisition Schneider du 17 octobre 2001, page 5.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

moins de produits : les commutateurs à cames, pour lesquels Baco dispose d'une part de marché supérieure à [20-30]*%.

758. En conclusion, l'addition des marques Baco et Legrand aux marques Télémécanique et Mafelec déjà détenues par Schneider confèrera à l'entité issue de la fusion un avantage concurrentiel substantiel.

C.4.3 La transaction proposée élimine le facteur essentiel de concurrence sur le marché français

759. La transaction proposée se traduit par la suppression des numéros un et deux incontestés sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation . La rivalité entre les groupes Schneider et Legrand constituait l'élément déterminant de la structure de la concurrence sur ce marché. Cette constatation est vérifiée par des documents internes de chacune des parties.

760. Ainsi, il ressort d'un document interne de Baco²⁷¹, filiale de Legrand regroupant l'essentiel de l'activité en auxiliaires de contrôle et de signalisation de ce groupe, que Schneider est son principal concurrent sur ce marché. Il est indiqué dans ce document qu' " en auxiliaires, la position concurrentielle traditionnellement difficile face à Schneider le restera à court / moyen terme en raison de l'apparition d'une gamme nouvelle chez eux " ²⁷². En effet, il est expliqué que Baco restera en " position défensive jusqu'à la sortie de la nouvelle gamme en 2003, face à la gamme Harmony de Schneider " ²⁷³. Enfin, il est relevé dans ce document que Schneider est d'une " grande agressivité sur tous les segments clients en produits industriels (distribution – tableautiers – incorporateurs) " ²⁷⁴, ce qui inclut les auxiliaires de contrôle et de signalisation.

761. De plus, il est indiqué dans un document interne Schneider²⁷⁵ que l'acquisition de la société Mafelec répondait à la volonté de Schneider de contrer Baco sur le marché en cause. Ainsi, il est indiqué dans ce document que l'objectif recherché par Schneider à travers cette acquisition était d'une part de " capter le segment des machines répétitives " et d'autre part " d'éviter la pénétration des concurrents en provenance du segment des machines répétitives sur les marchés des machines à usage industriel et des machines spéciales ". Or, Baco est présenté, aux côtés d'Omron, comme un spécialiste sur le marché des machines répétitives. Il est d'ailleurs significatif de constater que le nom Baco est surligné en gras, contrairement à celui d'Omron. L'acquisition de Mafelec par Schneider visait donc à renforcer sa position sur le marché des machines répétitives en vue de concurrencer Baco sur son cœur de marché et d'éviter ainsi que cette entreprise ne vienne attaquer ses positions sur les marchés connexes des machines à usage industriel et des machines spéciales.

²⁷¹ Plan Moyen Terme 2001-2005 France Baco. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

²⁷² Page 11.

²⁷³ Page 9.

²⁷⁴ Page 5.

²⁷⁵ Compte rendu du Comité d'Acquisitions du 17 octobre 1997. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

762. Dans leur Mémoire en Réponse²⁷⁶, les parties ont contesté la conclusion selon laquelle la transaction proposée éliminerait le facteur essentiel de concurrence sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation.
763. En premier lieu, les parties ont souligné que la part de marché de Legrand ([0-10]*%) est à la fois relativement faible et proche de celles de K&N ([0-10]*%) et de Moeller ([0-10]*%). De plus, compte tenu de l'importance de la part de marché détenue par Schneider sur le marché en cause ([50-60]*%), sa position ne serait que faiblement renforcée du fait de la transaction proposée. En deuxième lieu, les parties expliquent que la référence à un document interne de Baco qualifiant Schneider de “ principal concurrent ” est dénuée de pertinence dans la mesure où Schneider est le leader européen sur le marché en cause et que tout acteur doit se référer à Schneider dans ses analyses concurrentielles du marché. Enfin, en troisième lieu, les parties soulignent que l'acquisition de Mafelec par Schneider n'avait pour objet de contrer Baco sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation, mais d'entrer sur un marché de niche dont il était absent, celui des claviers à membranes.
764. Cette argumentation des parties ne résiste pas à l'examen. A titre préliminaire, il convient de rappeler que Legrand est le deuxième acteur, derrière Schneider, sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation, même si sa part de marché n'est que légèrement supérieure à celles de K&N et Moeller. La transaction proposée conduit donc à la réunion des deux principaux concurrents sur le marché en cause.
765. En outre, Baco se distingue de K&N et de Moeller, pour trois séries de raisons essentielles.
766. Tout d'abord, Baco, contrairement à K&N et Moeller, réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires pour les produits en cause en France²⁷⁷. Contrairement aux deux concurrents précités, le maintien de sa part de marché en France constitue donc pour Baco une exigence essentielle, voire vitale, ce qui le place dans un rapport de concurrence direct particulier avec Schneider. En effet, K&N et Moeller disposent de positions importantes en-dehors de France. Ce pays ne représente qu'une faible part de leurs ventes pour les produits en cause²⁷⁸. Ils n'ont donc pas les mêmes incitations que Baco en termes concurrentiels face Schneider sur le marché français.
767. Baco bénéficie également de la force du groupe Legrand en ce qui concerne l'accès à la distribution en France, avantage concurrentiel dont ne disposent ni Moeller, ni K&N, qui ne représentent, toute catégories de produits confondus, qu'une part infime du chiffre d'affaires des grossistes établis en France. Ainsi, il est indiqué à plusieurs reprises dans un document interne Legrand²⁷⁹ que l'accès à la distribution représente un des “ points d'ancrage ” de Baco.

²⁷⁶ Point 801 et suivants

²⁷⁷ Voir tableau 26 ci-dessus et le mémoire en réponse à la Communication des griefs, point 799.

²⁷⁸ Voir tableau 26 ci-dessus

²⁷⁹ Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France, pages 39, 41. Document remis en réponse à la question 113 du questionnaire du 10 juillet 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

768. Baco dispose enfin d'une marque jouissant d'une bonne notoriété sur le territoire français et d'une position de leader, avec une part de marché supérieur à [10-20]*%, pour les commutateurs à cames. Ainsi, dans un document interne Legrand²⁸⁰, il est indiqué à différentes reprises que Baco bénéficie "d'une légitimité appuyée sur l'ancienneté, la compétence et l'expérience dans le métier". Dès lors, Baco peut s'appuyer sur cette position forte sur les interrupteurs à cames comme d'un levier pour développer ses ventes des autres produits de sa gamme. Ainsi, dans un document interne Legrand²⁸¹, il est indiqué à plusieurs reprises que les synergies entre les différentes catégories d'auxiliaires de contrôle et de signalisation constitue un des points forts de Baco.
769. Pour l'ensemble de ces raisons, Baco apparaît donc le concurrent le plus actif et le plus dangereux pour Schneider sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation.
770. Une conclusion identique ressort de l'analyse des documents internes de Schneider. Ainsi, il est indiqué dans un document confidentiel Schneider²⁸² que la seconde priorité du groupe pour la période 2000-2003 est [...]*. Or Baco répond précisément à cette double qualification, puisque cette entreprise réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires en France et qu'elle est particulièrement bien placée sur un segment particulier du marché : les commutateurs à cames. Ainsi, dans un autre document confidentiel Schneider²⁸³, Baco est présenté comme un spécialiste. De ce point de vue, indépendamment des motivations à l'origine de l'acquisition de Mafelec par Schneider, la stratégie de Schneider sur le marché français pour les années à venir consistait bien à attaquer prioritairement Baco.
771. Pour l'ensemble de ces raisons, la rivalité entre Schneider et Legrand constitue bien le facteur essentiel de concurrence sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation.

C.4.4 L'organisation du marché ne permet pas l'émergence d'une puissance d'achat susceptible de contrebalancer la force de l'entité issue de la fusion

772. Les fabricants d'auxiliaires de commande et de signalisation commercialisent leurs produits à travers deux canaux principaux : les grossistes et la vente directe.
773. Il ressort d'un document interne Legrand que Baco réalise [40-50]*% de ses ventes d'auxiliaires de contrôle et de signalisation à travers la distribution et Legrand [90-

²⁸⁰ Plan Moyen Terme 2001-2005 Baco France, pages 39, 41 et 43. Document remis en réponse à la question 113 du questionnaire du 10 juillet 2001.

²⁸¹ Plan Moyen Terme 2001-2005 France Baco, pages 39, 41 et 43. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

²⁸² Plan d'Offre Produits-Services 2000 Dialogue Electromécanique de Schneider. Annexe 8 fourni en réponse à la question 40 du questionnaire du 20 mars 2001.

²⁸³ Compte rendu du Comité d'Acquisitions du 17 octobre 1997, page 2. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

100]*%²⁸⁴. Il ressort d'un document Schneider que Mafelec réalise [50-60]*% de ses ventes en direct tandis que les produits Schneider sont vendus à [50-60]*% par les grossistes²⁸⁵.

774. Les parties expliquent que les auxiliaires de contrôle et de signalisation sont distribués par les mêmes grossistes que les autres produits électriques concernés par la transaction²⁸⁶. La force du nouveau groupe sur les autres marchés français de matériels électriques (voir ci-dessus, notamment le tableau 30) lui conférera donc une position privilégiée dans le canal de la vente à travers les grossistes.

775. En ce qui concerne les ventes directes, celles-ci sont essentiellement réalisées auprès des fabricants de machines industrielles (OEM) et plus marginalement auprès des tableautiers et des installateurs²⁸⁷. Ces consommateurs ne seront pas en mesure de contrebalancer la force de Schneider/Legrand sur le marché français pour deux séries de raisons.

776. En premier lieu, les parties n'ont fourni aucune indication sur le fait qu'un ou quelques-uns de ces consommateurs représenteraient une fraction suffisamment importante du marché pour qu'ils puissent être considérés comme une véritable puissance d'achat. En fait, même si les parties comptent parmi leurs clients quelques grands groupes industriels, la très grande majorité d'entre eux est constituée de grosses PME spécialisées dans la fabrication de machines industrielles.

777. En second lieu, il pourrait être soutenu que ces consommateurs pourraient relativement aisément changer de fournisseurs et donc susciter entre eux une concurrence plus aiguë. A supposer qu'un changement de fournisseur d'auxiliaires de contrôle et de signalisation soit facile à réaliser dans les faits, il convient de constater que les principaux fabricants européens d'auxiliaires de contrôle et de signalisation (Moeller et Siemens) sont déjà présents sur le marché français et que leurs parts de marché y sont particulièrement faibles. Tout indique que ces fabricants ont opté pour une stratégie consistant à bénéficier des prix élevés pratiqués en France par les parties (voir ci-dessus) plutôt que d'essayer de gagner des parts de marchés vis-à-vis des deux acteurs dominants. Rien n'indique qu'à l'avenir ces concurrents modifieront leur stratégie et leur politique de prix pour devenir de véritables concurrents actifs sur le marché.

778. Dans leur Mémoire en Réponse²⁸⁸, les parties ont fait valoir qu'il n'existe aucune raison pour croire que les clients directs des parties resteraient liés à l'entité issue de la fusion si celle-ci décidait d'augmenter ses prix de vente. Selon elles, Schneider et Legrand subissent aujourd'hui une concurrence réelle et potentielle de la part des concurrents, dont les produits sont présents en France et dans les Etats membres voisins, qui s'exercera demain sur la nouvelle entité. En outre, les parties estiment que rien n'indique

²⁸⁴ Plan Moyen Terme 2001-2005 France Baco, page 20. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

²⁸⁵ Compte rendu du Comité d'Acquisitions du 17 octobre 1997, page 6. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

²⁸⁶ Réponse des parties à la question 13 du questionnaire 15 mars 2001.

²⁸⁷ Réponse des parties du 20 juillet 2001 à une demande de la Commission du 10 juillet 2001.

²⁸⁸ Points 806 et suivants.

qu'à l'avenir ces concurrents ne tenteront pas de gagner des parts de marché, même si aujourd'hui ils se contentent de suivre les initiatives du Schneider. Ainsi, selon les parties, Moeller aurait opéré une attaque significative sur un segment particulier du marché, celui des auxiliaires de contrôle et de signalisation destiné aux machines agricoles, au moyen d'une baisse des prix et d'une meilleure adéquation des produits au besoin des clients.

779. L'argumentation développée ci-dessus par les parties repose implicitement sur l'idée que les barrières à l'entrée sur le marché en cause seraient faibles et que les concurrents des parties pourront exercer à l'avenir une concurrence actuelle ou potentielle suffisante qui empêchera les parties d'initier des augmentations de prix profitables. Or, comme il a déjà été expliqué ci-dessus, le marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation est caractérisé par de fortes barrières à l'entrée, en particulier l'accès à la distribution et la nécessité d'entretenir une relation de proximité avec les clients finals. L'existence de ces barrières à l'entrée, en ce qui concerne le marché français, se traduit d'ailleurs par la faiblesse des parts de marché de Siemens et Moeller et le niveau élevé des prix des produits en cause, qui n'est d'ailleurs pas contesté par les parties²⁸⁹. Il existe donc des facteurs structurels limitant l'intensité de la concurrence sur le marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation, quelle que soit par ailleurs le comportement des clients finals.

780. L'ensemble des éléments exposés ci-dessus vont tous dans le sens de l'affirmation contenue dans un document interne Legrand²⁹⁰ selon laquelle le marché en cause est [...]*

C.4.5 Conclusion

781. L'entité Schneider/Legrand disposera d'avantages substantiels sur ses concurrents qui lui permettront de contrôler la concurrence sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation. Dès lors, le nouveau groupe sera en position d'augmenter les prix de ses produits sans que cela n'entraîne des pertes de parts de marché qui rendrait non-profitable cette augmentation. En effet, confrontée à une telle situation, il est probable que les concurrents suivraient l'augmentation de prix initiée par le leader du marché plutôt que de chercher à gagner des parts de marché. De plus, il sera possible pour le nouveau groupe d'augmenter les prix des produits vendus sous une partie de ses marques seulement de sorte que la fraction de la demande qui se déplacerait le ferait au profit de ses autres marques. Enfin, aucune puissance d'achat n'est susceptible de contrebalancer la force de Schneider/Legrand sur le marché en cause. L'opération notifiée conduit donc à la création d'une position dominante sur le marché français de la vente d'auxiliaires de contrôle et de signalisation.

D. Conclusion générale

782. Pour les raisons exprimées ci-dessus, la Commission est arrivée à la conclusion que l'opération notifiée créera une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de façon significative sur les marchés suivants :

²⁸⁹ Mémoire en réponse à la Communication des griefs, point 807.

²⁹⁰ Plan Moyen Terme 2001-2005 France Baco, page 34. Document fourni en réponse à la question 113 du questionnaire du 29 juin 2001.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

- Marchés des disjoncteurs boîtier moulé, disjoncteurs miniatures et armoires destinés aux tableaux divisionnaires de distribution électrique en Italie ;
- Marchés des disjoncteurs miniatures, interrupteurs différentiels et coffrets destinés aux tableaux terminaux de distribution électrique au Danemark, en Espagne, en Italie et au Portugal ;
- Marchés des disjoncteurs de branchement en France et au Portugal ;
- Marché des supports de câbles au Royaume-Uni ;
- Marchés des prises et interrupteurs en Grèce ;
- Marchés des appareillages étanches en Espagne ;
- Marché des matériels de fixation et de dérivation en France ;
- Marché des produits de transformation électrique en France ;
- Marché des auxiliaires de contrôle et de signalisation en France.

783. De plus, pour les raisons exprimées ci-dessus, la Commission est arrivée à la conclusion que l'opération notifiée renforcera une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de façon significative sur les marchés suivants :

- Marchés des disjoncteurs boîtier moulé, disjoncteurs miniatures et armoires destinés aux tableaux divisionnaires de distribution électrique en France ;
- Marchés des disjoncteurs miniatures, interrupteurs différentiels et coffrets destinés aux tableaux terminaux de distribution électrique en France ;
- Marchés des prises et interrupteurs en France ;
- Marchés des appareillages étanches en France ;
- Marché des systèmes d'éclairage de sécurité ou des blocs autonomes d'éclairage de sécurité en France.

VI. MESURES CORRECTIVES

A. Procédure

784. La partie notifiante a déposé des propositions d'engagements le 14 septembre auprès de la Commission. Ces engagements (ci-après "les propositions initiales d'engagements") portent sur chacun des marchés visés au paragraphes 782 et 783 ci-dessus. La Commission a procédé à une enquête auprès des parties et de tiers pour évaluer ces propositions d'engagement.

785. L'enquête de la Commission a invalidé les engagements soumis par les parties le 14 septembre. La Commission en a informé les parties qui ont soumis en réponse des propositions alternatives le 24 septembre. Ce nouveau texte d'engagements est intitulé "engagements " Phase 2 " de Schneider Electric du 14 septembre 2001 clarifiés avec

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

solutions alternatives du 24 septembre 2001" (ci-après "les propositions alternatives d'engagements").

786. Ces propositions d'engagements alternatives sont à examiner dans le cadre du paragraphe 43 de la Communication concernant les mesures correctives.²⁹¹ Ce paragraphe 43 pose des conditions exigeantes concernant la recevabilité de tels engagements, tant sur le fond (la Commission doit pouvoir établir clairement, sans avoir recours à une nouvelle consultation des acteurs du marché, que les engagements modifiés élimineront les problèmes de concurrence identifiés) que sur la forme (les engagements modifiés doivent être déposés suffisamment tôt pour permettre une consultation des Etats membres).

787. Ainsi que cela sera développé ci-dessous, la Commission considère que la proposition alternative ne remplit pas les conditions exposées au paragraphe 43 de la Communication concernant les mesures correctrices.

B. Analyse

Le marché des tableaux divisionnaires et terminaux et de leurs composants au Danemark, en Espagne, en France, en Italie et au Portugal

Les propositions initiales d'engagements étaient insuffisantes

788. Les propositions initiales d'engagements concernaient les activités dites "Legrand Puissance" (tableaux divisionnaires en France, groupe Legrand), "Bticino Puissance" (tableaux divisionnaires en Italie, groupe Legrand), "Legrand Lexic" (tableaux terminaux en France, Espagne, Portugal et Danemark; groupe Legrand), "Multi 9" (tableaux terminaux en Italie, groupe Schneider) et l'entreprise Baco (différentiels, groupe Legrand). Les parties proposaient (i) de transférer des noms de gamme en Europe ainsi que les marques Sarel et Saip pour l'Italie; (ii) d'offrir une option pour un usage temporaire (trois ans) de respectivement la marque Legrand Puissance, la marque Bticino Puissance, la marque Legrand Lexic et la marque Merlin Gerin Modulaire; (iii) de transférer l'unité de production des produits clé des tableaux divisionnaires (les disjoncteurs boîtiers moulés), une unité de production d'armoires divisionnaires destinées au marché italien, une unité de production de disjoncteurs miniatures située à [...] et une unité dans la région de [...] à créer pour les coffrets et autres composants de tableaux terminaux (ces dernières n'étant pas destinées au marché italien des tableaux terminaux); (iv) de partager l'usage de droits de propriété intellectuelle et industrielle; et (v) d'offrir des forces de vente et des contrats commerciaux avec des grossistes, ces droits de commercialisation étant exclusifs sur les territoires faisant l'objet de griefs et non-exclusifs sur le reste de l'Europe pour ce qui concerne les propositions Legrand Puissance, Bticino Puissance et Legrand Lexic.

789. L'enquête de la Commission a montré que cette proposition soulevait de fortes incertitudes quant à l'autonomie et la capacité concurrentielle des entités proposées pour une cession. Ces doutes sont dus en grande partie au fait que la plupart des entités proposées pour une cession n'étaient pas autonomes auparavant.

²⁹¹ Communication de la Commission concernant les mesures correctrices recevables conformément au Règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil et au Règlement (CE) n°447/98 de la Commission. Journal Officiel 2001/C 68/03.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

790. Tout d'abord, le groupe Schneider/Legrand aurait conservé, au moins en partie, la propriété et un accès à l'ensemble des technologies employées par les entités proposées. Ceci était sans doute justifié à ses yeux par le fait qu'il conservait en son sein, d'une part, les mêmes activités basées sur les mêmes technologies en dehors d'Europe, d'autre part, les activités liées aux tableaux terminaux et leurs composants sous marque Bticino en Europe et enfin les activités Merlin Gerin hors d'Italie. Les parties s'étaient engagées à ne pas concurrencer l'entité cédée sur les marchés pertinents concernés en offrant les mêmes produits. Cependant, en l'absence de toute définition de la notion de "même produit" il aurait suffi à Schneider/Legrand de faire évoluer la technologie initiale de Legrand pour pouvoir proposer des produits concurrents de ceux cédés. De plus, l'entité cédée aurait pu faire face immédiatement à une offre Schneider/Legrand de produits identiques sur les marchés européens où la Commission n'avait pas soulevé de griefs. De ce fait, les activités cédées auraient pu voir leur image de marque affaiblie et leur concurrence émoussée par la fourniture de "clones". Ceci aurait mis en danger la viabilité d'une partie des activités cédées.
791. En outre, le fait que le groupe Schneider/Legrand conserve des activités basées sur des produits identiques à ceux cédés aurait entraîné des problèmes importants notamment en ce qui concerne la compétitivité économique des unités de production faisant l'objet d'une proposition de cession.
792. D'une part, les parties proposaient de conserver des unités de production qui fabriquent des produits identiques à ceux cédés. Comme la production avait été optimisée au niveau européen par Legrand, cela impliquait de réorganiser la production entre les usines cédées et celles qui seraient restées dans le groupe Schneider/Legrand. Selon les parties, le coût de cette réorganisation [...] et aurait pris plus de [...]. A cela s'ajoutait le projet de réorganiser des unités de production [...] qui ne fabriquent pas seulement les produits visés. Selon les parties, cette réorganisation [...].
793. D'autre part, les unités de production cédées auraient dû continuer à fournir de façon substantielle le groupe Schneider/Legrand pour qu'il puisse continuer à vendre les produits concernés sur les marchés sur lesquels il aurait conservé les droits de commercialisation (en Europe et hors d'Europe). Ainsi, entre [20-60]*% de la production de ces unités aurait été vendue à Schneider/Legrand. La viabilité de ces usines aurait ainsi été largement dépendante des ventes à Schneider/Legrand. Inversement, le repreneur de l'entité proposée aurait dû continuer à s'approvisionner auprès des usines conservées par Schneider/Legrand (notamment une usine située à Naples) avant que des lignes de production ne soient déménagées et échangées entre ces différentes unités de production.
794. Enfin, les parties proposaient de céder de façon indépendante la société Baco qui possède une unité de production qui devrait fournir (en interrupteurs différentiels) le repreneur des activités Legrand Puissance-Bticino Puissance-Legrand Lexic et lui octroyer des composants pour que l'une des usines cédées puisse continuer à produire des disjoncteurs différentiels. La réalisation des engagements sur ce point là dépendait ainsi de la bonne volonté d'un tiers.
795. Pour ce qui est de la proposition en Italie pour les tableaux terminaux, les tiers interrogés ont dans leur grande majorité exprimé des doutes sérieux sur la qualité intrinsèque de cette offre. Tout d'abord, il est clair que mis à part les marques Sarel et Saip cet engagement était bien en deçà de la proposition, pourtant insuffisante, concernant les

autres marchés de tableaux décrits ci-dessus. Cette proposition soulevait donc les mêmes doutes que ceux exposés ci-dessus avec des handicaps supplémentaires.

796. Ainsi, il faut souligner que Schneider/Legrand serait demeuré présent sous la marque Merlin Gerin sur les marchés des tableaux divisionnaires en Italie. Outre la confusion d'image de marque et la nécessité de coordonner les approches marketing sur des marchés extrêmement proches, les tableaux divisionnaires représentent 78% des ventes des produits sous gamme Multi 9. La vente de ces produits (disjoncteurs miniatures) étant commercialement "tirée" par celle des boîtiers moulés (restés dans les mains de Merlin Gerin), une partie prépondérante des ventes du repreneur aurait donc été entièrement dépendante du groupe Schneider/Legrand.
797. Les handicaps supplémentaires tiennent également à l'absence de capacité de production cédée et à l'absence de cession de droits de propriété intellectuelle et industrielle. Schneider aurait continué à commercialiser hors d'Italie des produits identiques sous la marque Merlin Gerin et le nom de gamme Multi 9 et aurait été entièrement libre de faire évoluer ces produits à son gré, sans tenir compte des besoins particuliers du repreneur. De plus la portée de la clause de non-concurrence n'excluait pas clairement d'éventuels développements ultérieurs des produits cédés, ce qui aurait pu permettre une ré-entrée plus rapide sur le marché. Il en serait résulté que le repreneur aurait été en quelque sorte un revendeur des produits Schneider sur lesquels il n'aurait aucune maîtrise de production ou technologique. S'il avait désiré s'installer durablement et indépendamment sur le marché, le repreneur aurait donc dû produire ses propres tableaux. Les barrières à l'entrée étant trop importantes, il n'aurait pu alors s'agir que d'un acteur déjà présent sur le marché. Un tel acteur aurait alors dû procéder dans un court laps de temps à (i) un changement de la marque; (ii) l'ajustement de capacités de productions destinées au marché italien; (iii) persuader le marché que le changement de marque et technologique ne mettait pas en cause la fiabilité et la qualité de ses produits.
798. En outre, les propositions concernant Sarel et Saip soulevaient des problèmes particuliers. La marque Sarel, qui commercialise en fait des produits Multi 9, aurait fait l'objet d'un partage entre le repreneur de ces activités, le repreneur de l'activité "prises et interrupteurs" en France et Schneider/Legrand pour des activités d'armoires universelles (voir ci-dessous). Cela aurait créé une incertitude sur la valeur de cette marque. La marque Saip n'existe quant à elle, pour ce qui concerne les tableaux terminaux, que pour les coffrets. Il semble d'ailleurs que la marque Saip est employée sur d'autres marchés de produits de basse tension en Italie. Les parties proposaient de céder des outillages de production sans pour autant céder une usine. Ceci aurait alors ajouté de nouvelles incertitudes liées à la nécessité de reproduire une unité de production.
799. Sur le plan de l'accès au marché, la proposition initiale des parties cumulait les incertitudes.
800. Tout d'abord, alors que l'ensemble des marchés concernés présentent une fidélité importante aux marques, la proposition de remède ne comprenait pas de cession de marque mais plutôt la cession de noms de gamme avec la possibilité de faire figurer pendant une période limitée la marque Legrand sur les produits vendus. Le repreneur de ces activités aurait donc dû non seulement surmonter l'incertitude technique (avec le temps et les coûts associés) de modifier l'appareil industriel cédé, mais aussi assumer les coûts substantiels de changer la marque de ses produits tout en cherchant à rassurer le marché sur le fait que tous ces changements simultanés n'auraient pas affecté la qualité et

la fiabilité de son offre. L'enquête de la Commission a confirmé l'inconvénient de ne pas bénéficier dès le début de sa propre marque et a montré qu'un repreneur aurait besoin d'une période longue (de l'ordre de sept années) pour mener à bien la substitution de marque proposée. Parallèlement, l'enquête de la Commission montre qu'un repreneur aurait dû être protégé par des clauses de non-entrée sur les marchés concernés sous la marque initiale pour une durée supérieure à 10 ans.

801. Ensuite, la proposition des parties souffrait de l'intégration centrale de certaines fonctions (comme la vente, le marketing et la logistique) au sein du groupe Legrand. La proposition initiale d'engagement ne portait ainsi pas sur les fonctions marketing et logistique et comprenait un nombre très réduit de forces de vente [...]*. Il n'y avait pas de proposition précise pour les forces de vente Legrand Lexic hors de France. Ces nombres comprenaient des personnes "dédiées" et des personnes en charge partiellement de telles ventes. Les critères de sélection n'étaient pas précisés. Comme cette proposition ne concernait pas tous les vendeurs, Legrand et respectivement Schneider auraient conservé un lien avec les clients. Ce lien aurait été d'autant plus fort sur les marchés où Legrand vend également des produits ultra terminaux (prises etc.) et dispose de positions importantes. Ceci aurait donc mis l'entité fusionnée en mesure de rediriger ses clients vers l'offre de tableaux restant dans le groupe Schneider/Legrand. Pour ce qui concerne les fonctions centrales (et les systèmes d'information liés), l'enquête de la Commission a démontré qu'un transfert sans ces fonctions est réalisable mais qu'il soulève des risques significatifs.
802. Enfin, les parties proposaient de transférer les contrats de vente avec les grossistes. L'enquête de la Commission a mis en doute la capacité de repreneurs à bénéficier d'un accès suffisant aux grossistes (c'est-à-dire en des termes équivalents à ceux dont disposaient les entités cédées auparavant). Ainsi, les parties offrent des remises [...]*. D'après les parties ces remises seraient de l'ordre de [0-10]*%. Il n'est pas du tout certain qu'un repreneur aurait été en mesure de dupliquer de telles remises étant donné que sa taille relative aurait été très inférieure à celle du groupe Schneider/Legrand. S'il n'était pas en mesure d'offrir des conditions similaires, les grossistes auraient alors pu choisir de perpétuer les conditions d'offre préférentielles dont ils font déjà bénéficier Schneider et Legrand. Il faut noter que ceci n'entraînait pas nécessairement l'exclusion des repreneurs mais mettait plutôt en doute leur capacité à rétablir des conditions de concurrence équivalentes à celles dont disposait l'entité cédée alors qu'elle était adossée à Schneider ou Legrand.
803. Ce problème prenait une acuité particulière en France. En effet, Schneider est déjà dominant sur les marchés de tableau (avec des positions de l'ordre de [40-70]*% sur les marchés de tableaux divisionnaires et de l'ordre de [40-70]*% sur les marchés de tableaux terminaux) et Legrand est déjà dominant sur la plupart des autres marchés de matériels de basse tension (disposant par exemple de [70-100]*% sur le marché des prises et interrupteurs). Ainsi que cela était expliqué dans la Communication de griefs (il faut noter que les parties n'ont pas contesté cette conclusion), la combinaison de ces deux entreprises aboutit à une position prépondérante vis-à-vis des grossistes (entre [30-60]*% des achats totaux des grossistes) en France. Les engagements proposés auraient certes eu un impact négatif sur cette position combinée vis-à-vis des grossistes. Cependant la nouvelle entité serait demeurée dominante sur la plupart des marchés concernés et aurait conservé sa position prépondérante. Etant un partenaire incontournable des grossistes, le groupe Schneider/Legrand aurait alors été en position de contrôler l'accès aux grossistes du repreneur des activités Legrand Puissance-Bticino

Puissance-Legrand Lexic, par exemple en s'assurant que cet accès ne lui permettrait pas d'exercer une pression concurrentielle active équivalente à celle qu'exerçait Legrand auparavant.

804. En conclusion pour ce qui concerne les propositions d'engagement portant sur les marchés des tableaux divisionnaires et de leurs composants en France et en Italie et les marchés des tableaux terminaux et de leurs composants au Danemark, en Espagne, en France, en Italie et au Portugal la proposition des parties s'apparentait à un mélange d'activités issues de découpages incertains de leur groupe d'origine et dont la capacité à exister de façon autonome et en tant que force concurrentielle apte à restaurer les conditions de concurrence initiales soulevait des doutes sérieux.

Les propositions alternatives d'engagements déposées le 24 septembre

805. En réponse aux doutes sérieux émis par la Commission sur l'effet des engagements initiaux, la partie notifiante a proposé de céder [...]*. Cette proposition s'accompagne de la cession temporaire de la marque [...]* sur l'ensemble de l'Europe et de la vente d'une unité de production supplémentaire [...]* et de déménagements supplémentaires d'unités de production [...]*. En d'autres termes, les parties proposent de céder [...]*.

806. Cette proposition a le mérite de supprimer de façon claire [...]* le recouvrement d'activités sur l'ensemble des marchés sur lesquels l'opération notifiée conduit à la création ou au renforcement de positions dominantes. Cependant, elle n'élimine pas un certain nombre de doutes et de risques liés à l'absence du caractère autonome et de plein exercice de l'entité proposée.

807. Tout d'abord, cette proposition alternative soulève les mêmes questions d'exhaustivité et de séparation du [...]* que les propositions initiales. Ainsi qu'exposé ci-dessus, certaines fonctions centrales (marketing, support commercial, relations avec les distributeurs, logistique, etc.) ne seraient pas transmises dans leur intégralité. De plus, à l'instar de ce qui est exposé ci-dessus à propos de la proposition initiale, la proposition alternative ne couvre pas l'ensemble des forces de vente concernées et les problèmes liés au partage de la marque subsistent.

808. Ensuite, la proposition alternative impose des déménagements d'activités entre usines. Par exemple, [...]*. De même, les lignes de production [...]* seraient transférées à l'unité de production de [...]*. Enfin, comme auparavant, [...]* seraient regroupés [...]* en une ou deux unités. Ces déménagements soulèvent des doutes quant à la continuité des opérations en question, d'une part en raison des incertitudes industrielles inhérentes à de tels transferts, et, d'autre part, à cause des pertes de savoir-faire [...]*. De surcroît, la Commission n'est pas en position d'évaluer si les unités réceptrices sont en mesure d'accueillir de façon compétitive (espace disponible, coûts de production, disponibilité des fournitures, etc.) les nouvelles activités concernées.

809. Enfin, la proposition alternative est restreinte à l'Europe alors que les sites industriels concernés réalisent une part [...]* de leur chiffre d'affaires pour des exportations hors d'Europe. Selon les remèdes proposés ces ventes hors d'Europe resteront réalisées par le groupe Schneider/Legrand. Les parties ont ainsi attiré l'attention de la Commission sur le fait que, sur des ventes totales de [300-500]* m€, l'entité proposée réalise actuellement un chiffre d'affaires de [50-250]* m€ hors d'Europe. Ceci implique que l'ensemble des unités de production proposées pour une cession continueraient à fournir le groupe Schneider/Legrand pour en moyenne environ un-quart de leur production actuelle. Cette

dépendance est par exemple particulièrement flagrante pour l'usine de [...] dont plus de [40-70]*% de la production serait vendue hors d'Europe. Pour résoudre ce problème, les parties proposent [...]*. Dans un cas comme dans l'autre, ceci aurait pour effet de restreindre immédiatement ou à terme la production des unités en cause et donc d'augmenter leurs coûts unitaires. Une telle augmentation des coûts unitaires nuirait à leur compétitivité en termes de marges. Les effets d'une perte de compétitivité des unités de production de l'entité cédée ne seraient pas similaires d'un pays à un autre. Ainsi, sur les marchés français où Schneider est déjà dominant, l'impact serait sérieux alors que sur les marchés italiens pour les tableaux terminaux l'ampleur des parts de marché désinvesties pourrait absorber une telle perte de compétitivité.

810. En addition aux problèmes évoqués ci-dessus, la proposition alternative ne résout pas les difficultés identifiées d'accès au marché notamment en France. Les conditions d'accès au marché dont bénéficiait Legrand avant l'opération n'étaient pas seulement liées à sa position (relativement modeste par rapport à Schneider, surtout pour les tableaux divisionnaires) sur les tableaux, mais aussi à sa force considérable dans les marchés d'appareillages ultra-terminaux (prises, interrupteurs, etc.). L'enquête de la Commission a établi qu'aucun autre opérateur sur le marché n'est en mesure d'offrir aux grossistes des conditions comparables à celles de Legrand (dominant sur les équipements situés en aval du tableau de distribution terminale) et de Schneider (dominant sur les tableaux). Il s'ensuit que le repreneur de l'activité n'aurait pas pu bénéficier des conditions accordées par les grossistes [...] pour les produits concernés, ce qui (selon l'enquête de la Commission) aurait pu affecter significativement sa compétitivité. Ce risque aurait été d'autant plus aigu qu'une fois la concentration réalisée le repreneur aurait fait désormais face à une entité combinant les forces de Schneider et Legrand.
811. En France, la Commission a conclu que l'opération aboutirait à un renforcement de position dominante de Schneider sur les marchés des tableaux divisionnaires et terminaux. Ainsi qu'analysé ci-dessus dans les sections relatives à l'analyse concurrentielle de la transaction proposée, ce renforcement résultait notamment de deux facteurs : l'addition des parts de marché de Legrand à celles de Schneider (cette addition aurait été éliminée dans le cadre de la proposition alternative) et le renforcement de la position de Schneider face aux distributeurs d'équipements électriques découlant de l'addition des ventes et de la position prépondérante de Legrand dans le secteur des équipements situés en aval du tableau de distribution terminale. Ainsi qu'exposé ci-dessus, le repreneur de l'activité proposée sera loin de pouvoir reproduire la pression concurrentielle qu'exerçait Legrand sur Schneider (a fortiori face à la nouvelle entité combinée Schneider/Legrand). Dans ces conditions, les engagements proposés n'éliminent pas les effets anticoncurrentiels de l'opération sur ces marchés.
812. En conclusion, la proposition alternative de la partie notifiante n'élimine pas tous les risques soulevés par la proposition initiale (certains de ces risques pouvant, à eux seuls, remettre en cause l'effectivité du remède) et elle ne résout pas les griefs exprimés sur les marchés des tableaux et de leurs composants en France. En tout état de cause, cette proposition ne permet pas à la Commission de se prononcer sur leur recevabilité sans une nouvelle enquête (exclue à ce stade de la procédure)..

Les marchés français et portugais des disjoncteurs de branchement

813. La proposition d'engagement initiale consiste à céder l'intégralité de l'entreprise Baco y compris la totalité de ses actifs corporels et incorporels, le personnel et les contrats de

vente. Baco est aussi active dans les domaines des interrupteurs différentiels et des auxiliaires de contrôle. Ses produits sont commercialisés sous les marques Baco et Legrand. La production est réalisée dans une usine située à Strasbourg.

814. L'engagement proposé supprime le chevauchement concurrentiel avec le groupe Schneider sur les marchés de disjoncteurs de branchement. De plus, Baco est une entreprise de plein exercice, dont le fonctionnement apparaît autonome. Toutefois, ainsi qu'il a été indiqué plus haut, une partie de la production de Baco est interdépendante des autres activités de Legrand dans les tableaux. En particulier, il apparaît que le quart du chiffre d'affaires de Baco est le résultat de sous-traitance pour le reste du groupe Legrand. L'enquête de la Commission a donc montré que la vente de Baco devait être associée à celle des activités tableaux de Legrand. Elle a aussi indiqué que, sous cette réserve, la proposition des parties permettait de résoudre les difficultés concurrentielles sur les marchés français et portugais des disjoncteurs de branchement.

815. La proposition alternative des parties propose de couper les fournitures de Baco au reste de Legrand sous [...]*, et elle laisse ouverte la possibilité d'une cession liée à [...]*. Il demeure que la proposition de vente de Baco doit être associée à la vente des autres activités tableaux et, pour cette raison, cette proposition n'est pas acceptable en l'état.

Le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation

816. La proposition d'engagement consiste à céder Baco. L'engagement proposé supprime le chevauchement concurrentiel avec le groupe Schneider sur le marché français des auxiliaires de contrôle et de signalisation. Les commentaires exprimés ci-dessus à propos de Baco demeurent valables.

Le marché français des prises et interrupteurs

Les engagements proposés initialement étaient insuffisants

817. La proposition d'engagements initiale consistait à céder les entreprises Alombard et Scanelec, toutes deux filiales du groupe Schneider. Alombard est spécialisée dans la fabrication de prises et interrupteurs, mais développe également des activités sur le marché des matériels de fixation et de dérivation. Alombard dispose de son propre site de production et de R&D à Orléans. La proposition d'engagement portait sur la totalité des actifs corporels et incorporels d'Alombard. L'activité de Scanelec de Scanelec consiste en la commercialisation des équipements situés en aval du tableau de distribution terminale auprès des grandes surfaces. La proposition d'engagement portait sur la totalité des actifs corporels et incorporels de Scanelec.

818. L'enquête de la Commission montre que cette proposition n'aurait pas été de nature à restaurer une concurrence effective sur les marchés concernés.

819. En premier lieu, il apparaît que, parmi les gammes offertes par Alombard, celles qui lui sont propres sont considérées comme obsolètes par le marché. Les autres gammes ont été développées par d'autres entités du groupe Schneider (qui ne seront pas transférées).

820. De plus, ces propositions de cession soulevaient des problèmes importants d'autonomie des deux entités en cause en raison de leur intégration actuelle dans le groupe Schneider. Alombard se fournit pour la majeure partie de ses composants auprès d'autres sociétés du groupe Schneider. A moins de demeurer dépendant de Schneider/LeGrand, un repreneur

aurait donc dû lancer de nouvelles lignes de produit pour intégrer Alombard en son sein, ce qui aurait pris entre un et deux ans et nécessité des investissements importants. De plus les forces de vente et un certain nombre de fonctions centrales d' Alombard sont [...]*. Un repreneur aurait donc dû également rétablir les forces de vente et substituer ses fonctions centrales.

821. Scanelec se fournit exclusivement auprès du groupe Schneider, offre des produits sous des marques de Schneider et [...]*. Son personnel est sous contrat Schneider. Il est difficile d'imaginer que cette entreprise aurait pu survivre sans être adossée au groupe Schneider pendant une durée substantielle. Or la vente de Scanelec est indissociable de celle d' Alombard car ils représentent chacun [10-30]*% de l'activité de l'autre. L'enquête de la Commission a confirmé cette analyse.

822. Enfin, il apparaît qu'Alombard et Scanelec ne représentent qu'une faible part du marché français des prises et interrupteurs (environ [0-10]*%), contre [80-100]*% environ pour l'entité issue de la fusion. Face à la position prépondérante de Schneider/Legrand vis-à-vis des grossistes français sur l'ensemble des marchés de produits électriques de basse tension, il était très improbable que l'entité cédée aurait été en mesure d'exercer une pression concurrentielle comparable à celle qui était exercée par le groupe Schneider (ce dernier pouvait s'appuyer sur sa force dans les tableaux électriques pour encourager les grossistes à vendre ses prises).

823. En conclusion, la proposition d'engagement portant sur une cession de Scanelec et Alombard n'aurait pas été en mesure de restaurer les conditions de concurrence initiales.

Les propositions alternatives d'engagements déposées le 24 septembre

824. Les engagements alternatifs consistent [...]*. D'après les indications fournies à la Commission, [...]*.

825. La proposition alternative aurait donc pour effet de supprimer plus que le recouvrement concurrentiel existant entre Schneider et Legrand. Toutefois, elle soulève deux questions importantes.

826. En premier lieu, se pose la question de la compétitivité [...]*. En particulier, il apparaît que [...]* réalise une partie significative (20-30%) de son chiffre d'affaires dans des fournitures de composants à d'autres branches [...]*. Les parties proposent de séparer cette activité de fourniture avant le désinvestissement [...]*, mais il subsiste des doutes concernant l'impact de cette séparation sur la rentabilité [...]* et sur la compétitivité de son offre. L'analyse précise de ces points nécessiterait une nouvelle enquête.

827. De plus, avant l'opération, Legrand était dominant sur le marché français des prises et interrupteurs (avec une part totale de [80-90]*% [...]*). Son principal concurrent était Alombard ([0-10]*%), qui bénéficiait d'un adossement au groupe Schneider (tant en termes de produits, via Lexel, qu'en termes d'accès aux grossistes). Après l'opération et la réalisation de l'engagement, la situation sera [...]*. Il semble improbable que la nouvelle entité soit en mesure de conserver ces parts de marché. Tout d'abord, Schneider visait dans ses documents internes une part de marché de l'ordre de [10-20]*% pour [...]*. L'effet sur la concentration est de supprimer cette dynamique. Ensuite, le groupe Schneider/Legrand pourra exercer le même effet de différenciation de marques [...]* que celui qu'il exerçait auparavant sur le marché et cantonner [...]*. Ainsi, compte tenu de l'ampleur de la position dominante de Legrand avant l'opération, du fait que l'entité

fusionnée continuera à bénéficier de deux marques principales (Legrand et [...]*) et du caractère incontournable de la nouvelle entité vis-à-vis des grossistes, la question est donc de savoir si la cession [...]* permet de rétablir une situation comparable à celle qui existait avant l'opération.

828. La Commission estime que, [...]*, tel ne serait pas le cas. D'une part, ainsi qu'il a été indiqué pour les tableaux terminaux, il n'est pas certain que le repreneur pourrait bénéficier de conditions d'accès aux distributeurs comparables à celles dont bénéficiait [...]*. Ce phénomène serait d'autant plus important qu'une fois l'opération réalisée, les forces de Legrand se seront ajoutées à celles de Schneider. Ce phénomène pourrait affecter significativement la force concurrentielle que pourrait exercer [...]* après l'opération. Et, d'autre part, [...]* se trouvera face à l'entité fusionnée, qui disposera d'une gamme de produits d'appareillage au moins comparable à la sienne et qui bénéficiera de la combinaison de deux marques (Legrand et [...]*). Ceci pourrait permettre à l'entité fusionnée d'engager des actions spécifiques contre [...]*.

829. En conclusion, la Commission a des doutes sérieux quant à la capacité de la proposition alternative à reproduire la pression concurrentielle pré-existante à l'opération, et à éliminer les effets anticoncurrentiels de l'opération sur ce marché. En tout état de cause, la Commission ne peut accepter cette nouvelle proposition sans nouvelle enquête (exclue à ce stade de la procédure).

Le marché grec des prises et interrupteurs

Les engagements proposés initialement étaient insuffisants

830. La proposition d'engagements initiale consistait à transférer à Alombard (voir paragraphes précédents) le contrat de distribution exclusive conclu par Elko, filiale du groupe Schneider, avec l'entreprise grecque tierce [...]* pour importer des prises et interrupteurs en Grèce .

831. L'enquête de la Commission montre que la faisabilité réelle de ce transfert est incertaine tant sur le plan juridique que sur le plan technique et commercial. En effet, le standard de prise et interrupteur utilisé en Grèce (schuko) est différent de celui utilisé en France (franco-belge) où Alombard réalise la quasi-totalité de ses ventes. De plus, la marque Alombard est actuellement inconnue en Grèce et les tiers interrogés ont exprimé de vives inquiétudes quant à sa capacité à restaurer la concurrence précédemment offerte par Elko. Finalement, rien n'indique que l'importateur grec soit d'accord avec une telle reprise.

Les propositions alternatives d'engagements déposées le 24 septembre

832. La proposition alternative consiste à [...]* et à donner la possibilité à [...]* d'employer la marque [...]* pour la Grèce. Toutefois, cette proposition soulève les mêmes incertitudes que l'offre initiale. Notamment, [...]*. Il n'est pas du tout acquis que le repreneur [...]* puisse souhaiter investir dans une ligne de production de prises Schuko pour laquelle seul un débouché modeste (en Grèce) pourrait lui être proposé.

833. La Commission estime donc que ces engagements ne résolvent pas les difficultés concurrentielles identifiées sur le marché grec des prises et interrupteurs. En tout état de cause, la Commission ne peut accepter cette nouvelle proposition sans nouvelle enquête (exclue à ce stade de la procédure).

Le marché français des appareillages étanches

834. La proposition d'engagement consiste à céder l'activité "produits d'installation" de Sarel. Sarel dispose d'une activité de production d'enveloppes pour automatismes industriels et d'une activité de fabrication de produits "d'installation" (prises et interrupteurs étanches et matériel de fixation et de dérivation). [...]*
835. La proposition d'engagement prévoit la cession de tous les actifs corporels et incorporels de Sarel liés à l'activité " produits d'installation " de Sarel ainsi que la cession de la marque " Sarel " pour cette catégorie de produits. Il doit être noté que l'entité issue de la fusion conservera les activités enveloppes de Sarel et la propriété d'une marque " Sarel Enveloppes ".
836. La partie " produits d'installation " de Sarel représente [...] du chiffre d'affaires de Schneider sur le marché français des appareillages étanches. La proposition d'engagement résout donc la totalité du chevauchement concurrentiel sur ce marché.
837. L'enquête de la Commission a fourni des résultats mitigés quant au partage de la marque Sarel et au découpage de cette activité (séparation des unités de production et plus généralement des activités des enveloppes universelles, qui restent au sein de Schneider, et de l'appareillage qui est transféré). En tout état de cause, cette proposition soulève les mêmes difficultés que celles concernant les tableaux en France ou les prises et interrupteurs quant à la capacité du repreneur à restaurer les conditions de concurrence ex ante.

Le marché espagnol des appareillages étanches

838. La proposition d'engagement (qui n'a pas été modifiée) consiste à céder à l'activité "produits d'installation" fabriqués par Sarel (qui sera également cédée – voir ci-dessus) la marque Estanca 55 utilisée en Espagne par Eunea Merlin Gerin, filiale de Schneider, pour commercialiser les appareillages étanches. Il convient également de noter qu'Eunéa Merlin Gerin représente la totalité de l'activité de Schneider sur le marché en cause.
839. La proposition d'engagement ne couvre que la fabrication des produits et le nom de gamme spécifique (Estanca 55) sous laquelle ces produits sont vendus en Espagne. En revanche, elle ne couvre, ni la cession du fonds de commerce (forces de vente non précisées et qui ne semblent pas [...]*) ni la marque ombrelle (Eunea Merlin Gerin), qui pourra donc être réutilisée par l'entité fusionnée pour commercialiser une nouvelle offre de produits d'origine Legrand. L'enquête montre clairement que, sans l'adossement à un groupe disposant d'un poids comparable à celui de Schneider en Espagne, cette gamme de produits ne sera pas en mesure d'obtenir un accès compétitif à la distribution.

Le marché français des matériels de dérivation et de fixation

840. La proposition d'engagement consiste à céder séparément [...] et l'activité "produits d'installation" de Sarel. Ces cessions suppriment la totalité du chevauchement concurrentiel sur le marché français des matériels de dérivation et de fixation, sur lequel Legrand disposait d'une position dominante. Cette proposition d'engagement n'appelle pas d'autres commentaires que ceux évoqués ci-dessus concernant le marché français des prises et interrupteurs.

Le marché français des éclairages de sécurité

841. La proposition d'engagement consiste à céder l'activité éclairage de sécurité de Schneider à l'entité qui reprendra les activités " produits d'installation " de Sarel (qui fait l'objet d'une proposition d'engagement – voir ci-dessus). Il convient de noter que Schneider ne dispose d'aucune unité de production pour ce type de produits, mais qu'il les achète auprès d'un tiers. Le contrat de fourniture serait également transféré au repreneur. Les éclairages de sécurité sont commercialisés par Schneider sous la marque Merlin Gerin. A l'heure actuelle, la marque Sarel n'est pas utilisée pour commercialiser ce type de produits.
842. De plus, les parties proposent de céder le fonds de commerce Lumatic, y compris la marque Lumatic, au repreneur de l'activité " produits d'installation " de Sarel. Lumatic était une entreprise indépendante commercialisant ses produits sous cette marque, qui fait désormais partie d'une filiale de Legrand, URA/Lumatic, spécialisée dans les éclairages de sécurité. La suppression dans le courant de 2001 de la marque Lumatic, au profit de la marque URA, a toutefois été décidée par le groupe Legrand dès 2000.
843. L'enquête sur la proposition initiale montre que le remplacement de la marque Merlin Gerin par les marques Sarel (inexistante sur ce marché) et/ou Lumatic (en disparition) ne permet pas de restaurer les conditions de concurrence initiales sur ce marché (sur lequel Legrand détient une position dominante avec une part de marché supérieure à [40-60]*%).
844. Dans les propositions alternative d'engagements, la partie notifiante propose de confier [...] le soin de commercialiser les BAES vendus actuellement par Merlin Gerin. [...]*, la Commission a des doutes sérieux quant à cette proposition. En effet, les questions d'accès à la distribution et de capacité à restaurer des conditions de concurrence effectives sont identiques à celles exposées pour les autres marchés de l'appareillage et des tableaux en France. De plus, un tel remède ne fournirait aucune assurance quant aux incitations du repreneur [...] à développer la concurrence sur le marché en cause. En tout état de cause, la Commission n'est pas en état d'accepter cette proposition sans une nouvelle enquête (exclue à ce stade de la procédure).

Le marché français des transformateurs basse tension

845. La proposition d'engagement comporte une alternative. En premier lieu, les parties proposent de transférer le fonds de commerce de l'activité transformateurs basse tension de Schneider à son fournisseur actuel, Murelektronic. Il convient de noter que Schneider commercialise ces produits sous la marque Télémécanique. L'engagement proposé consiste donc à maintenir les produits de Murelektronic qui sont déjà présents dans le catalogue commercial Télémécanique mais de les commercialiser sous la marque Murelektronic.
846. Alternativement, la partie notifiante propose de transférer le contrat de fourniture liant Schneider à Murelektronic à Baco (qui fait l'objet d'une proposition d'engagement – voir ci-dessus).
847. L'accroissement de pouvoir de marché ne saurait être éliminé par la première branche de cette alternative. Inversement, si le transfert vers Baco du contrat de distribution a l'avantage d'éliminer l'accroissement de parts de marché, il impose néanmoins le lancement d'une nouvelle marque, ce qui soulève des incertitudes quant à la viabilité et

la capacité concurrentielle des engagements proposés. De même, il convient de s'interroger sur la capacité de Murelektronik à agir indépendamment de Schneider, qui commercialise l'essentiel de son offre, sachant que de l'aveu même des parties, cette société disparaîtrait si Schneider cessait de la distribuer. De plus, un tel remède ne fournirait aucune assurance quant aux incitations du repreneur de Baco à développer la concurrence sur le marché en cause.

Le marché britannique des supports de câbles

848. La proposition d'engagement consiste, dans le cadre de la rupture du contrat de vente d'approvisionnement des produits Cablofil de Métal Déployé à Mita, à transférer à l'entreprise Métal Déployé le fonds de commerce et les forces de vente de MITA, filiale de Schneider, affectés à la vente des ces produits. En outre, la partie notifiante s'engage à ne pas reprendre la commercialisation de cette catégorie de produits pendant un délai de 5 ans. Il convient de noter que la vente des produits Cablofil représente environ [50-70]*% du chiffre d'affaires de Schneider sur le marché en cause.

849. Compte tenu des positions généralement modérées de Schneider et Legrand au Royaume-Uni, il est probable que la réduction de part de marché conséquente accompagnée d'une clause de non concurrence pourrait résoudre le problème de concurrence.

C. Conclusion

850. L'enquête a clairement démontré le caractère insuffisant de la proposition initiale, tant pour des aspects d'autonomie et de plein exercice des entités proposées que pour les risques pesant sur l'accès au marché des entités désinvesties. Les propositions alternatives d'engagements des parties ne résolvent que très partiellement les risques soulevés par la proposition initiale. Elles ne peuvent donc pas être acceptée en l'état. En effet les propositions alternatives d'engagement (i) restent notoirement insuffisantes sur certains marchés comme les prises et interrupteurs en Grèce, les prises étanches en Espagne, les transformateurs de basse tension en France et les éclairages de sécurité (ou BAES) en France; (ii) soulèvent un nombre significatif de doutes sérieux quant à la viabilité des entités désinvesties; et (iii) laissent subsister des doutes sérieux quant à la capacité des entités à maintenir leur position actuelle et à restaurer les conditions d'une concurrence effective sur les marchés concernés. Ces deux derniers points s'appliquent à l'ensemble des marchés concernés, mis à part le marché pour la vente de supports de câbles au Royaume Uni. De plus, pour ce qui concerne les nouveaux engagements contenus dans les propositions alternatives d'engagements (tels que notamment ceux relatifs aux tableaux et aux prises et interrupteurs standards), la Commission ne peut, en tout état de cause, accepter ces propositions sans une nouvelle enquête, ce qui est exclu par le paragraphe 43 de la Communication de la Commission sur les mesures correctrices.

VII. CONCLUSION GENERALE

851. Pour les raisons exposées ci-dessus, la concentration notifiée aboutira à la création ou au renforcement de positions dominantes ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de façon significative. Les engagements proposés ne permettent pas à la Commission de conclure que ces derniers rendent la concentration compatible avec le marché commun et avec le fonctionnement de l'accord EEE. La Commission

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

conclut donc que la concentration notifiée est incompatible avec le marché commun et avec le fonctionnement de l'accord EEE.

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION:

Article premier

La concentration notifiée à la Commission par Schneider le 16 février 2001, qui lui permettrait d'acquérir le contrôle exclusif de Legrand, est déclarée incompatible avec le marché commun et avec le fonctionnement de l'accord EEE.

Article 2

SCHNEIDER ELECTRIC S.A.
43-45, boulevard Franklin Roosevelt
92500 RUEIL-MALMAISON
FRANCE

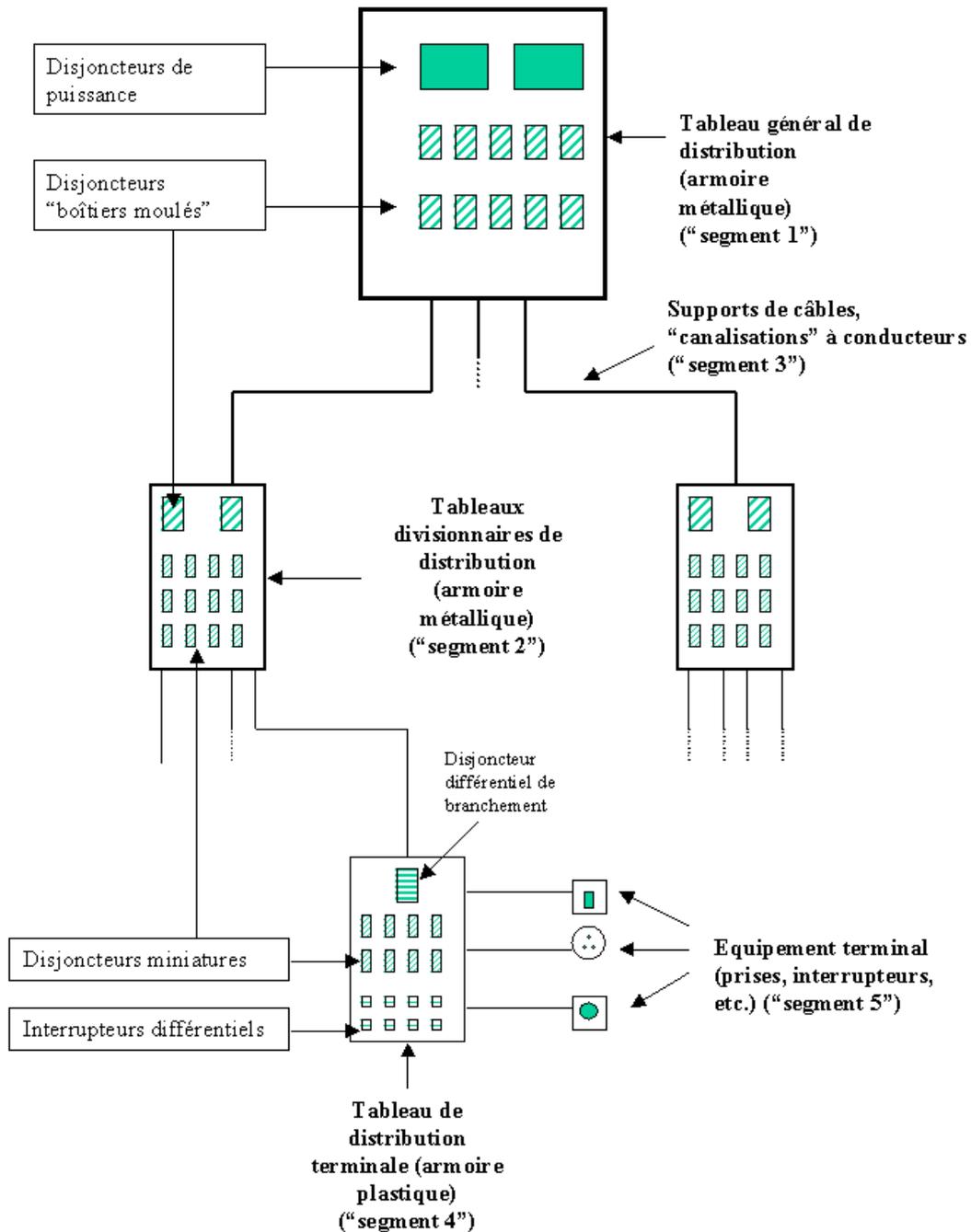
est destinataire de la présente décision.

Pour la Commission

(signé)

ANNEXE 1

Schéma général : équipements de distribution électrique



ANNEXE 2

MARQUES DETENUES PAR LES PARTIES

SCHNEIDER		LEGRAND	
Marque	Territoires	Marque	Territoires
Alombard	F	Arnould	F
Boige&Vignal	F	Bticino	F-SP-P-D-B-A-F-NL
Dalcotech	DK	Legrand	Tous pays
Eljo	S	Ortronics	I-UK-F
Elko	S-FIN-GR	Planet-Watthom	F-NL-A-DK-S-FIN-D
Elso	D-GR	Quintela	SP-P-D-B
ESMI	FIN-S-DK-D	Tenby	
Eunea	SP-P	Tegui	UK-IR
Gardy	F-B	Terraneo	I-SP-P-D-B-A-F-NL
JoJo (en GSB)	DK-UK-S-FIN-F (sous marque Jo)	URA	F-SP-B-S
Lexel	S-FIN-DK	Wiremold	UK
LK	DK		
May&Steffen	D		
Merlin-Gerin	Tous pays		
Mita	UK-B-IR		
Multisignal	S		
Normabarre	F-I		
Sarel	F-I-A-B		
Schyller	Tous pays sauf Luxembourg		
Square D	UK		
Stago	NL-B		
Strömfors	FIN-D-S-DK		
Télémechanique	Tous pays		

Le présent document est communiqué exclusivement à des fins d'information et ne constitue pas une publication officielle.

Telesafe	S-D-NL		
Thorsman	S-FIN-DK-UK-IR-D-NL-B		
Wibe	S-FIN-DK-UK-B-A-P		