



Bruxelles, 10.10.2001 *
SG (2001) D/291745

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 10 ottobre 2001

che dichiara l'incompatibilità di una concentrazione con il mercato comune

(Caso n. COMP/M.2283 – Schneider/Legrand)

Regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio

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

(Testo rilevante ai fini del SEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea,

visto l'accordo sullo Spazio economico europeo, in particolare l'articolo 57,

visto il regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese¹, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1310/97², in particolare l'articolo 8, paragrafo 3,

vista la decisione del 30 marzo 2001 con la quale la Commissione ha deciso di iniziare il procedimento nel presente caso,

dopo aver dato alle imprese interessate la possibilità di presentare le loro osservazioni in merito alle obiezioni da essa formulate,

sentito il comitato consultivo in materia di concentrazioni³,

vista la relazione finale del consigliere-auditore nel presente procedimento⁴,

¹ GU L 395 del 30.12.1989, pag. 1; versione corretta in GU L 257 del 21.9.1990, pag. 13.

² GU L 180 del 9.7.1997, pag. 1; rettifica in GU L 40 del 13.2.1998, pag. 17.

³ GU C ... del ... 2001, pag

⁴ GU C ... del ... 2001, pag

CONSIDERANDO QUANTO SEGUE:

1. Il 16 febbraio 2001 è stato notificato alla Commissione, a norma dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 (in prosieguo "regolamento sulle concentrazioni"), un progetto di concentrazione con la quale la società SCHNEIDER ELECTRIC intende acquisire, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del suddetto regolamento, il controllo di tutta l'impresa LEGRAND mediante offerta pubblica di scambio annunciata il 15 gennaio 2001.

II. LE PARTI

2. SCHNEIDER ELECTRIC (in prosieguo «Schneider»), società anonima di diritto francese, è la società madre di un gruppo attivo nella produzione e nella vendita di prodotti e sistemi nei settori della distribuzione elettrica, del controllo industriale e dell'automazione. Svolge le sue attività a livello mondiale.
3. LEGRAND (in prosieguo «Legrand»), società anonima di diritto francese, è la società madre di un gruppo attivo nella produzione e nella vendita di apparecchiature elettriche di impianti a bassa tensione. Svolge le sue attività a livello mondiale.

II. CONCENTRAZIONE

4. La concentrazione consiste in un'offerta pubblica di scambio lanciata da Schneider sulla totalità delle azioni Legrand detenute dal pubblico. Di conseguenza, la concentrazione equivale all'acquisizione del controllo esclusivo dell'impresa, ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b), del regolamento sulle concentrazioni. L'offerta pubblica di scambio è stata chiusa il 25 luglio 2001 e Schneider Electric detiene il 98,1% del capitale di Legrand.

III. DIMENSIONE COMUNITARIA

5. Il fatturato totale realizzato a livello mondiale dalle imprese interessate è superiore ai 5 miliardi di EUR⁵ (Schneider: 8,750 miliardi di EUR; Legrand: 2,791 miliardi di EUR). Il fatturato totale realizzato individualmente nella Comunità dalle due imprese è superiore a 250 milioni di EUR (Schneider: 4 095 milioni di EUR; Legrand: 1 684 milioni di EUR), ma nessuna delle società interessate realizza più dei due terzi del proprio fatturato all'interno di un solo e medesimo Stato membro. L'operazione è pertanto di dimensione comunitaria.

⁵ Il fatturato è calcolato conformemente all'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento sulle concentrazioni e alla comunicazione della Commissione sul calcolo del fatturato (GU C 66 del 2.3.1998, pag. 25). Quando le cifre includono il fatturato relativo al periodo anteriore al 1° gennaio 1999, tale calcolo è effettuato sulla base dei tassi di cambio medi espressi in ecu ed il risultato è poi convertito in euro con un rapporto di 1 a 1.

IV. PROCEDURA

6. A seguito dell'esame della notificazione, la Commissione ha concluso che l'operazione notificata rientra nel campo di applicazione del regolamento sulle concentrazioni e solleva forti dubbi in merito alla sua compatibilità con il mercato comune e con l'accordo SEE. Di conseguenza, con decisione del 30 marzo 2001, la Commissione ha avviato il procedimento ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni.
7. Al fine di poter procedere all'esame dell'operazione notificata, in data 6 aprile 2001 la Commissione ha inviato una richiesta di informazioni a Schneider e a Legrand, in conformità dell'articolo 11 del regolamento sulle concentrazioni. Il termine per rispondere alla richiesta di informazioni è scaduto il 18 aprile 2001. Tuttavia, né Schneider né Legrand hanno fornito tutte le informazioni richieste entro la scadenza fissata.
8. La Commissione ha pertanto adottato due decisioni, i cui destinatari erano Schneider e Legrand, ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 5, del regolamento sulle concentrazioni. In virtù dell'articolo 10, paragrafo 4, del regolamento sulle concentrazioni, il termine per adottare una decisione a norma dell'articolo 8 del regolamento sulle concentrazioni è stato pertanto sospeso dal 6 aprile 2001 fino alla data in cui sono pervenute tutte le informazioni richieste dalla Commissione, vale a dire il 25 giugno 2001.
9. Il 3 agosto 2001 la Commissione ha inviato a Schneider una comunicazione delle obiezioni. Le parti hanno risposto a detta comunicazione delle obiezioni in un documento (in prosieguo «la risposta»), inviato il 16 agosto 2001. Il 21 agosto 2001 si è infine svolta un'audizione.

V. COMPATIBILITÀ CON IL MERCATO COMUNE

A. Il settore del materiale elettrico a bassa tensione

A.1 Introduzione

10. Gli effetti dell'operazione si ripercuoteranno principalmente nel settore del materiale elettrico a bassa tensione, contesto in cui vengono realizzate tutte le vendite di Legrand e che assorbe circa la metà delle attività di Schneider.
11. Nel settore in questione rientrano le apparecchiature all'interno di edifici industriali, terziari o residenziali a valle del loro collegamento alla rete di distribuzione dell'energia elettrica a media tensione. Comprende tutte le apparecchiature necessarie alla distribuzione e ai collegamenti dell'energia elettrica nell'edificio (quali i quadri di distribuzione, le canalizzazioni e le scatole di derivazione dei cavi, le prese di corrente o gli interruttori), i componenti di comunicazione e di controllo (per la climatizzazione, l'illuminazione eccetera) e le apparecchiature relative a certe applicazioni nell'edificio, come i sistemi di sicurezza e antincendio o i sistemi antifurto.
12. Più precisamente, la presente operazione riguarderà essenzialmente i tre seguenti gruppi di attività:
 - (a) i quadri di distribuzione a bassa tensione, che servono essenzialmente a distribuire l'energia elettrica ai diversi livelli dell'impianto (per esempio, edificio, piano o appartamento) e a proteggere l'impianto e l'utente contro il rischio di sovrintensità

e di cortocircuito.

Questi quadri, costituiti principalmente da un armadio e da componenti di protezione (come gli interruttori, i fusibili o gli interruttori differenziali), possono essere suddivisi in tre diverse categorie, che corrispondono ai differenti livelli di distribuzione elettrica: (i) i quadri generali (per il raccordo dei grandi edifici terziari o industriali alla rete media tensione), (ii) i sottoquadri (solitamente utilizzati a livello di piano), e (iii) i quadri terminali (utilizzati a livello dell'utente finale che ha fabbisogni modesti di energia, come l'inquilino di un appartamento);

- (b) i supporti per cavi e canalizzazioni prefabbricate, per il passaggio dei cavi elettrici nel sottosuolo, guaina tecnica o controsoffitto di un edificio;
- (c) Le apparecchiature elettriche a valle del quadro terminale di distribuzione, che comprendono sei categorie di prodotti: (i) apparecchiature ultraterminali, che costituiscono la parte terminale dell'impianto elettrico (prese, interruttori eccetera); (ii) i sistemi di controllo, che gestiscono un'applicazione specifica (per esempio l'impianto di riscaldamento) in una zona particolare di un fabbricato; (iii) i sistemi di protezione, che garantiscono la sicurezza dei beni e delle persone (sistemi di allarme, sensori antincendio, illuminazione di sicurezza eccetera); (iv) i connettori informatici per sistemi di comunicazione (connettori informatici, armadi eccetera); (v) i materiali di fissaggio e di derivazione, che permettono la derivazione, il fissaggio e il cablaggio degli impianti a valle dei quadri terminali; e (vi) i componenti per la posa di cavi in ambiente (canaline, scatole da incasso o colonnine).
13. L'operazione notificata avrà altresì effetti su altri tipi di prodotti per uso industriale, in particolare gli ausiliari di comando e segnalazione, chiamati anche "pulsanerie industriali", nonché le apparecchiature di alimentazione e di trasformazione elettrica.
14. Le parti propongono di segmentare questo settore nel modo indicato di seguito come punto di partenza per il seguito della presente decisione da utilizzare ai fini della determinazione dei mercati pertinenti:

Tabella 1

Segmento	Definizione	Prodotti
Segmento 1	Quadri generali a bassa tensione	Elementi di armadi, interruttori, fusibili ecc.
Segmento 2	Sottoquadri	Elementi di armadi, interruttori, fusibili ecc.
Segmento 3	Supporti per cavi e canalizzazioni prefabbricate	Supporti per cavi e canalizzazioni prefabbricate
Segmento 4	Quadri terminali	Elementi di armadi, interruttori, fusibili, interruttori differenziali ecc.
Segmento 5	Segmento 5A	Apparecchiature elettriche a valle del quadro terminale
	Segmento 5B	Accessori di impianto ripartito
	Segmento 5C	Posa di cavi in ambiente
Componenti industriali	Prodotti di trasformazione e di alimentazione Ausiliari di comando e segnalazione	Apparecchiature per garantire l'alimentazione elettrica in corrente alternata o in corrente continua di dotazioni industriali Apparecchi di connessione per garantire il comando di una dotazione industriale

A.2 *Presentazione del settore*

A.2.1 *Gli attori*

15. L'offerta e la domanda delle apparecchiature in questione possono far intervenire sei tipi di operatori diversi: fabbricanti, grossisti, quadristi, installatori, responsabili dei lavori (architetti, studi di ingegneri eccetera) e clienti finali.

A.2.2. *I produttori di materiale elettrico a bassa tensione*

16. I produttori di materiale elettrico sono i gruppi industriali che mettono a punto e producono le apparecchiature in questione. Secondo una segmentazione approvata⁶ internamente da Schneider, è possibile distinguere tre tipi di operatori diversi: i «mega operatori», i «problematici» e i «maturi».
17. Schneider caratterizza principalmente i grandi gruppi internazionali (o «grandi attori») in base alle loro dimensioni, alla diversificazione della loro gamma di prodotti e alla loro capacità di realizzare grandi movimenti di ricollocamento delle loro attività. Oltre a Schneider, i grandi gruppi che rientrano in questa categoria a livello mondiale sono ABB, Siemens, General Electric, Tyco, Matsushita ed Emerson. Solo quattro di questi gruppi svolgono attività significative in Europa nel settore del materiale elettrico a bassa tensione. Si tratta di Schneider, ABB, Siemens e GE, che presentano tutte un'ampia gamma di prodotti a bassa tensione e svolgono attività significative nel settore dei materiali elettrici a media tensione o ad alta tensione. È opportuno altresì notare che ABB, Siemens e GE sono in certa misura integrate verticalmente e annoverano tra le loro attività quella di installatore di materiali elettrici e/o di quadrista. Emerson è presente principalmente negli Stati Uniti, Matsushita è pressoché assente in Europa e Tycoest è presente in Europa soltanto in qualche nicchia nel comparto delle apparecchiature a valle del quadro terminale e dei supporti per cavi.
18. Secondo Schneider, gli operatori «problematici» [...] * sono società più specializzate, per lo più posizionate in settori ciclici [...] * e vittime di un momento di scarsa crescita. Queste imprese si caratterizzano altresì per cambiamenti importanti nelle loro gamme di attività e non sono riuscite a costituire un gruppo coerente, il che si è tradotto in una netta diminuzione del loro valore in Borsa.
19. Per quanto riguarda gli operatori «maturi» [...] *, si tratta di imprese di dimensioni inferiori e specializzate in materiali a bassa tensione. Presentano di solito una gamma di attività mature poco avanzate, ma registrano una crescita del loro fatturato che resta sostenuta grazie alle acquisizioni esterne. Questo tipo di descrizione andrebbe applicato anche a [...] *.
20. La segmentazione precedente è effettuata essenzialmente sulla base della dimensione e della diversità della gamma di prodotti, e corrisponde alla visione commerciale e alla strategia di Schneider. Stando così le cose, si applica anche alla diversificazione più o meno internazionale delle imprese in questione. I «mega operatori», in particolare

⁶ “Evolution du positionnement stratégique de nos principaux concurrents”.

* Le parti del presente testo omesse o adattate per evitare la divulgazione di informazioni riservate sono indicate da parentesi quadre seguite da un asterisco.

Schneider, ABB e Siemens, sono in genere presenti in numerosi Stati membri, mentre alcuni operatori «maturi» hanno non di rado le proprie attività diffuse in un numero limitato di territori. Per esempio, [...] è attiva soprattutto in Francia, in Germania, nei Paesi Bassi e in Portogallo, mentre [...] realizza oltre la metà del suo fatturato in Germania e [...] opera essenzialmente in Italia.

21. Per riassumere quanto esposto in precedenza, le attività dei principali produttori possono essere sintetizzate nella tabella riportata di seguito (***= ampia gamma di prodotti venduti nella maggior parte degli Stati membri, **= lacune nella gamma o nella copertura, *= forti lacune nella gamma e nella copertura):

Tabella 2

Nome	Quadri generali	Sottoquadri	Supporti per cavi e canalizzazioni prefabbricate	Quadri terminali	Apparecchiature a valle del quadro terminale
Schneider	***	***	***	***	**
Legrand		**	*	***	***
ABB	***	***	*	***	**
Siemens	***	***		**	*
GE	***	***		**	*
Hager		**	*	***	*
Moeller	**	**	**	**	*
Gewiss		*		*	*

A.2.3 I grossisti

22. I grossisti sono i distributori di prossimità che offrono tutta la gamma di materiali necessari agli installatori o ai quadristi per realizzare un impianto elettrico. Come indicato dalle parti, garantiscono una funzione di fornitura capillare dei prodotti, di logistica, ma anche di assortimento e talvolta, per certi prodotti e alcuni clienti (in particolare gli installatori di piccole dimensioni), di finanziamento per l'acquisto dei prodotti o di consulenza tecnica. Sono loro ad acquistare direttamente dai fabbricanti.
23. I rapporti fra i grossisti e i fabbricanti si basano su contratti che in genere hanno la durata di un anno, ma sono rinnovabili. Questi contratti sono negoziati a diversi livelli geografici (essenzialmente locale e nazionale) e di prodotto. Di norma, prevedono sconti per linee di prodotti rispetto ai prezzi di catalogo dei fabbricanti. Gli sconti sono proporzionali al volume di vendite dei prodotti in questione. Oltre questa prima serie di sconti, i contratti con i grossisti prevedono ulteriori ribassi che mirano a offrire incentivi (per esempio con un sistema progressivo) per promuovere una determinata linea di prodotti o sviluppare le vendite generali dei prodotti del fabbricante in questione. Queste riduzioni sono calcolate a fine periodo. Talvolta questi accordi di distribuzione possono essere subordinati a un accordo a livello europeo, ma accordi di questo genere hanno solitamente portata generale e non includono disposizioni di carattere finanziario.
24. Il loro ruolo e la loro importanza nella catena logistica variano in modo significativo da un tipo di materiale all'altro. I dati forniti dalle parti, confermati dall'indagine della Commissione, mostrano che i grossisti sono pressoché assenti dalle vendite di prodotti per quadri generali, ma riguardano circa l'80% delle vendite di materiali per sottoquadri

e supporti per cavi e la quasi totalità (oltre il 90%) delle vendite di dispositivi per quadri terminali e apparecchiature a valle del quadro terminale.

25. Queste differenze sembrano giustificate soprattutto dal fatto che gli installatori tendono generalmente a effettuare la maggior parte dei loro acquisti presso i grossisti e che, al contrario, i grandi clienti industriali e i grandi quadristi si rivolgono di norma direttamente ai fabbricanti. Per i prodotti (componenti per sottoquadri elettrici, componenti per quadri terminali, supporti per cavi e canalizzazioni prefabbricate, apparecchiature a valle del quadro terminale) acquistati prevalentemente dagli installatori o dai quadristi di piccole o medie dimensioni, i fabbricanti venderanno quindi di regola la maggior parte della loro produzione tramite grossisti. Per contro, i prodotti generalmente forniti dai grandi clienti industriali o dai grandi quadristi, come i componenti per quadri generali, saranno forniti di solito direttamente dai fabbricanti.
26. L'indagine della Commissione evidenzia altresì che la dimensione e il grado di concentrazione dei grossisti possono essere notevolmente diversi a seconda dello Stato membro. Per esempio, in Francia la distribuzione è fortemente concentrata attorno ai gruppi Rexel e Sonepar, ma risulta molto più capillare in Spagna o in Portogallo. Stando ai documenti interni⁷ delle parti, queste differenze di struttura influiscono in un certo modo sul comportamento dei grossisti nei paesi interessati. Sembra pertanto che nei paesi in cui la diffusione dei grossisti è più capillare, come nel caso del Portogallo, la concorrenza fra grossisti porti a una guerra dei prezzi che si ripercuote al livello dei fabbricanti.

A.2.4 I quadristi

27. I quadristi sono gli specialisti che assemblano i diversi elementi di un quadro di distribuzione elettrica in un edificio. In pratica, svolgono quattro funzioni: (i) studio e adattamento del quadro ai bisogni specifici di ogni caso, (ii) fornitura e assemblaggio dei componenti del quadro (elementi dell'armadio, interruttori, fusibili eccetera), (iii) cablaggio del quadro e (iv) verifica del funzionamento corretto nel complesso. Forniscono poi gli armadi pronti per l'uso all'installatore che li installerà presso il cliente finale. In pratica, i quadristi intervengono soprattutto sui quadri generali e sui sottoquadri. I quadri terminali, più semplici, sono di solito adattati e assemblati direttamente dall'installatore.
28. La dimensione e il numero dei quadristi variano in funzione delle potenze (e quindi della complessità dell'impianto) in questione. È per questo motivo che, secondo le parti, la Francia ne conta circa 3 000 in grado di assemblare quadri da meno di 630A, ma soltanto 300 per quadri fino a 1 600A. Inoltre, alcuni quadristi possono essere integrati verticalmente. Per esempio, certi fabbricanti come ABB e Siemens dispongono di propri attività di quadristi in alcuni paesi. Del pari, alcuni quadristi possono inoltre realizzare o modificare taluni elementi connessi del quadro (come le barre di supporto o le lamiere di protezione) o persino intervenire direttamente a livello di impianto.
29. È opportuno, infine, segnalare che i grandi quadristi, che lavorano su installazioni complesse (come i quadri generali) di norma si riforniscono direttamente presso i fabbricanti, mentre i quadristi di media e piccola dimensione, che intervengono essenzialmente su sottoquadri, acquistano in genere i componenti necessari presso i grossisti. Per motivi logistici, gli acquisti realizzati dai grandi quadristi direttamente

⁷ Legrand, Piani a Medio Termine.

presso i fabbricanti possono talvolta passare per i grossisti (che in quel caso svolgono una funzione meramente logistica).

30. Infine, i quadristi possono ottenere un riconoscimento da parte dei fabbricanti. Fornendo un simile riconoscimento, un fabbricante attesta la capacità tecnica del quadrista di utilizzare i suoi prodotti. Nella maggior parte dei casi, un quadrista è autorizzato da un solo fabbricante, che sarà pertanto il suo fornitore principale.

A.2.5 Gli installatori

31. Gli installatori sono gli specialisti che eseguono l'installazione dei materiali elettrici a bassa tensione presso il cliente finale. Sono loro, inoltre, che scelgono di solito la gamma e la marca dei materiali, ad eccezione dei componenti per i grandi quadri di distribuzione elettrica, che sono scelti dai quadristi o prescritti dai responsabili dei lavori, e dei componenti "visibili" (prese, interruttori eccetera) che per tradizione sono scelti dal responsabile dei lavori per i grandi edifici terziari o residenziali oppure, insieme al cliente finale, per i piccoli edifici residenziali.
32. Questa categoria è relativamente frammentata ed eterogenea, poiché raggruppa un gran numero di operatori (oltre 30 000 in Francia), che vanno dall'artigiano che lavora da solo fino a imprese con più di 10 dipendenti e con un proprio studio di progettazione. Stando così le cose e come per i quadristi, le parti ritengono che in genere si possa stabilire un rapporto fra dimensione dell'impresa e complessità dell'impianto. Pertanto, i piccoli installatori intervengono di solito sui quadri terminali e sugli elementi ultraterminali (prese, interruttori eccetera) nei piccoli edifici. Per esempio, le parti spiegano che, poiché i quadri terminali sono meno tecnici rispetto ai sottoquadri elettrici, "gli artigiani sono spesso imprese di 2 o 3 persone che comprendono il titolare e l'operaio e/o un apprendista, con la moglie del proprietario che si occupa di trasmettere gli ordini al distributore. Per motivi di disponibilità, di facilità di montaggio, acquistano l'insieme [del quadro presso una stessa ditta]*"⁸. Gli installatori di medie dimensioni (da 3 a 10 dipendenti) si occupano generalmente di progetti che riguardano sottoquadri elettrici. Gli installatori di dimensioni maggiori (a partire da 10 dipendenti) concentrano le loro attività sui quadri generali. I grandi installatori possono del resto essere assimilati ai quadristi.
33. Come indicato in precedenza, gli installatori si riforniscono in maniera quasi esclusiva presso i grossisti locali. D'altro canto va sottolineato che gli installatori conservano in generale scorte molto limitate di prodotti. I grossisti possono aggiungere alle loro funzioni classiche di logistica anche prestazioni di finanziamento (se si considera che l'artigiano viene in genere pagato soltanto quando viene consegnato l'impianto). Sembra altresì che, in un numero sempre maggiore di casi, gli installatori possano chiedere ai loro grossisti servizi di consulenza tecnica e persino di prescrizione, in particolare per la realizzazione di sistemi complessi.
34. Gli installatori ricorrono inoltre sempre più spesso a software di supporto per la progettazione dell'impianto elettrico che sono forniti loro, gratuitamente o a pagamento, dai fabbricanti. Questi programmi permettono agli installatori di risparmiare tempo nella progettazione dell'impianto e nella scelta dei prodotti e sono specifici per ogni fabbricante. L'indagine della Commissione ha evidenziato che nella pratica gli installatori utilizzano soltanto uno o due software di fabbricanti diversi a seconda del

⁸ E-mail delle parti del 25 luglio 2001.

tempo disponibile e quindi del costo che è necessario affrontare per utilizzarli in maniera pienamente operativa. La diffusione di questi programmi ha pertanto come obiettivo e come effetto di rafforzare la fedeltà degli installatori nei confronti dei prodotti di un determinato fabbricante.

A.2.6 I responsabili dei lavori

35. I responsabili dei lavori sono gli architetti, gli studi di progettazione, le società di costruzione di opere ed edifici pubblici ovvero i promotori immobiliari responsabili dei progetti in cui saranno installati i materiali elettrici. Di solito intervengono soltanto nei progetti di dimensioni importanti (sia industriali che del terziario che residenziali) e non acquistano i prodotti essi stessi. Ciononostante, definendo le specifiche tecniche dell'impianto (e talvolta anche la marca dei prodotti), possono essere portati a svolgere un ruolo di committente.

A.2.7 I clienti

36. I clienti finali sono le persone o le imprese proprietarie dell'edificio in cui viene installato il materiale elettrico. Secondo una segmentazione tradizionale, utilizzata nel settore (e in particolare ripresa da Schneider e Legrand), i clienti finali possono essere suddivisi in due grandi categorie: gli industriali, da un lato, e le imprese di costruzione, dall'altro. Lo stesso settore delle costruzioni è talvolta suddiviso in società del settore terziario e clienti residenziali.
37. Ad eccezione di alcuni componenti specificamente destinati a uso industriale (come gli ausiliari di comando e segnalazione o i trasformatori e i prodotti di alimentazione), un determinato materiale elettrico a bassa tensione (per esempio un interruttore) potrà essere utilizzato in maniera identica dalle due categorie di clienti. Ciò vale in particolare per i componenti di distribuzione elettrica, i supporti per cavi e la maggior parte dei sistemi di impianto ripartito.
38. Tuttavia, esistono differenze significative fra progetti industriali e progetti per edifici. In particolare, la maggior parte dei progetti nell'edificio riguarda impianti di piccole dimensioni, che veicolano potenze relativamente modeste (livello sottoquadro o quadro terminale). Inoltre, per i progetti di questo tipo, il cliente finale e i committenti assumono un ruolo importante nella scelta della gamma e della marca soltanto per quanto riguarda i materiali "visibili" (prese, interruttori, posa di cavi in ambiente eccetera). La scelta della marca e della gamma degli altri materiali (componenti per quadri, supporti per cavi eccetera) è effettuata invece dall'installatore o, se del caso, dal quadrista.
39. Per converso, i progetti industriali comportano più spesso potenze elevate (simili a quelle distribuite dai quadri generali). Inoltre, questi progetti non possono limitarsi alla semplice distribuzione o ripartizione dell'energia elettrica, ma comprendono anche dotazioni specifiche tipo automatismi, sistemi di controllo dei processi eccetera. Insomma, il peso del cliente finale o dei responsabili dei lavori nella scelta della marca delle apparecchiature è in questo caso più pronunciato.
40. Il panorama delle apparecchiature fornite per le applicazioni industriali può pertanto essere diverso rispetto a quello delle applicazioni terziarie o residenziali. Il tipo di domanda (potenza, valore del contratto) che deriva dai clienti industriali può, inoltre, andare ben oltre quello di un contratto medio per edificio e avvicinarsi ai contratti più grandi di questo tipo.

41. Ne consegue che, nella maggior parte dei contratti industriali e dei grandi contratti per edifici, i fabbricanti vendono direttamente i materiali elettrici in questione al cliente finale (per i grandi siti industriali) o ai grandi quadranti. La situazione è quindi diversa da quella dei contratti tradizionali per edifici, in cui le vendite passano generalmente attraverso i grossisti. Inoltre, i contratti sono in questo caso più prevedibili, in numero meno elevato e riguardano, stando ai documenti interni⁹ di Schneider, [...] la maggior parte degli impianti nell'edificio. Infine, le specifiche possono essere redatte separatamente e mettere l'accento, per esempio, più sull'impiego di norme comunitarie che su certe norme o usi d'installazione nazionali.
42. In pratica, emerge da quanto esposto sopra che, nonostante i produttori siano generalmente tutti presenti su tutti i segmenti, la loro reputazione e la loro posizione concorrenziale potranno significativamente variare da un tipo di applicazione all'altro. Così Legrand gode di una reputazione ottima nel settore residenziale, mentre Siemens e ABB sembrano tradizionalmente più orientati verso i clienti industriali.

A.3 Importanza delle norme

43. Poiché si tratta di prodotti che sono destinati a essere impiegati in presenza di corrente elettrica, le diverse categorie di materiale elettrico a bassa tensione sono soggette a norme che devono garantire che il loro utilizzo non mette in pericolo la vita e la salute delle persone o l'integrità delle cose. Queste norme incidono sul modo in cui i prodotti sono studiati. Inoltre, nella misura in cui esistano versioni di norme applicabili all'interno del SEE, queste norme influiscono anche sulla possibilità di commercializzare questi prodotti nei diversi Stati membri.
44. È opportuno distinguere diverse categorie di regole e norme:

A.3.1 La direttiva "bassa tensione"

45. Innanzitutto, esistono regole e norme a carattere obbligatorio. In questo caso si tratta soprattutto della direttiva 1973/23/CEE del Consiglio, del 19 febbraio 1973, concernente il ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri relative al materiale elettrico destinato ad essere adoperato entro taluni limiti di tensione¹⁰ (direttiva "bassa tensione"), delle direttive successive e della normativa degli Stati membri adottata per recepire queste direttive nel diritto nazionale.
46. La direttiva "bassa tensione" non contempla regole precise in merito alla produzione dei prodotti, ma si limita a prescrivere un certo livello di sicurezza che questi prodotti devono raggiungere ("requisiti essenziali") per poter circolare liberamente all'interno del SEE. Conformemente a un mandato della Commissione, la direttiva lascia agli organismi europei di normalizzazione, quali il Comitato europeo di normalizzazione elettrotecnica (Cenelec), il compito di elaborare norme europee armonizzate, che non hanno valore legale, ma garantiscano ai fabbricanti e agli utenti, per presunzione legale, che i prodotti che sono conformi a dette disposizioni rispondono anche a esigenze legali.

⁹ Documento Schneider (risposta alla domanda 316): "Developping switchboard business".

¹⁰ GU L 77 del 26.3.1973, pagg. 29-33.

A.3.2 Norme di prodotto degli organismi di normalizzazione

47. Oltre alle norme europee armonizzate, legate alla legislazione europea, che specificano i requisiti fondamentali delle direttive, esistono altre norme adottate dai vari organismi di normalizzazione a livello internazionale, europeo e nazionale, quali la Commissione elettrotecnica internazionale (CEI), il Cenelec, l'Union technique de l'électricité (UTE) in Francia, la Deutsche Elektrotechnische Kommission im DIN und VDE (DKE) in Germania eccetera. Queste norme e standard prescrivono altresì regole precise sulla fabbricazione dei prodotti in questione. Il rispetto di queste norme e standard non è giuridicamente obbligatorio.
48. I principali interessi coinvolti (produttori, utenti eccetera) sono rappresentati in seno agli organismi di normalizzazione. La CEI è la federazione a livello internazionale e il Cenelec la federazione a livello europeo degli organismi nazionali. All'interno di questi due organismi esistono comitati e sottocomitati tecnici, per le diverse categorie di prodotti, che sono composti da delegazioni dei comitati e sottocomitati corrispondenti in seno agli organismi nazionali. Solo i presidenti e i segretari di ogni comitato e sottocomitato vengono nominati per un periodo fisso. I membri delle delegazioni degli organismi nazionali sono designati ad hoc per una riunione o una serie di riunioni. Di solito i fabbricanti tentano di essere rappresentati nei comitati che si occupano dei loro prodotti al fine di essere coinvolti nel processo di normalizzazione. Una presenza internazionale risulta allora essere un vantaggio, poiché permette di partecipare a molteplici livelli. Ogni parte destina risorse sostanziali alla partecipazione ai lavori di normalizzazione.
49. Le norme Cenelec sono di solito (nell'80% dei casi¹¹) adottate in seguito all'elaborazione di una norma da parte della CEI e si ispirano alle norme CEI, talvolta con qualche adeguamento. Le norme Cenelec sono vincolanti per gli organismi nazionali di normalizzazione. Devono essere adottate come norme nazionali senza modifiche e le norme nazionali che non sarebbero conformi alle norme Cenelec pertinenti devono essere annullate¹².
50. Le parti affermano che esistono norme europee armonizzate per gran parte dei prodotti di materiale di distribuzione elettrica. Tuttavia, il processo di armonizzazione delle norme in Europa è ancora incompleto. Numerosi prodotti sono legati in effetti a norme europee che non armonizzano la totalità delle loro caratteristiche. Per esempio, non è stato intrapreso alcun tentativo di armonizzazione per quanto riguarda la spina delle prese elettriche.

A.3.3 Norme e usi di impianto

51. Le norme e gli usi di impianto non riguardano la fabbricazione dei prodotti stessi, ma il modo in cui essi devono essere collegati alla rete (per esempio il regime del neutro), aspetto, questo, che spesso si ripercuote sulla configurazione del prodotto stesso. Si tratta di solito di norme redatte da organismi di normalizzazione (CEI, Cenelec oppure organismi nazionali). A volte sono elaborate dalle autorità pubbliche (per esempio il decreto francese del 2 ottobre 1978 legato ai locali aperti al pubblico, che contiene

¹¹ www.cenelec.org/Info/about.htm.

¹² www.dke.de/en/wir/normung.

regole sull'illuminazione di sicurezza¹³). Infine, può trattarsi di semplici usi o tradizioni seguiti dagli installatori in un dato paese o in una certa regione. Questi usi di impianto, anche se non hanno alcun valore vincolante, obbligano *de facto* i fabbricanti a realizzare i prodotti in una determinata maniera se intendono commercializzare con successo i loro prodotti nel paese in questione.

52. Fra le norme e gli usi di impianto, occorre anche citare le prescrizioni di alcune imprese. Per esempio, le società di distribuzione di energia elettrica elaborano regole relative al materiale da collegare alla rete elettrica pubblica. Queste disposizioni, che sono anch'esse *de facto* vincolanti per i produttori di materiale elettrico, possono avere un campo di applicazione nazionale come nel caso di Electricité de France (EDF) o possono applicarsi a un livello regionale o locale, come nel caso di alcune società regionali di distribuzione di energia elettrica in Germania o in Austria.

A.3.4 Il marchio "CE" e i marchi di qualità nazionali

53. Esistono due tipi di marchi: il marchio "CE" e i marchi di qualità nazionali.
54. Il marchio "CE" deve, ai sensi delle direttive comunitarie, essere obbligatoriamente applicato su tutti i prodotti coperti dalla direttiva "bassa tensione". Il marchio è applicato sul prodotto sotto la responsabilità esclusiva del fabbricante che dichiara in questo modo che il prodotto è conforme ai requisiti della direttiva. I requisiti riguardano le caratteristiche dei prodotti, nonché le procedure di valutazione della conformità che devono essere rispettate prima della commercializzazione del prodotto. I fabbricanti possono avvalersi di norme, cosiddette "armonizzate", per dimostrare la conformità dei loro prodotti ai requisiti fondamentali delle direttive, mentre le procedure previste possono richiedere l'intervento di un organismo terzo. Il marchio "CE" garantisce in questo modo in diritto la libera circolazione dei prodotti all'interno del SEE.
55. I marchi di qualità (come il marchio "NF" in Francia, il marchio "VDE" in Germania o il marchio "CEBEC" in Belgio) sono concessi da un organismo di certificazione indipendente su richiesta del fabbricante a seguito delle prove effettuate da un laboratorio autorizzato e dietro versamento di una tassa. Il marchio di qualità certifica la conformità del prodotto alle norme (internazionali, europee o nazionali) applicabili.
56. In linea generale non è obbligatorio ottenere il marchio di qualità. Esistono tuttavia eccezioni a questa regola. Per esempio, in Francia, il marchio di qualità francese è obbligatorio per i sistemi di illuminazione di sicurezza. Benché i fabbricanti non siano tenuti sotto il profilo giuridico ad ottenere il marchio di qualità di un paese per commercializzarvi i propri prodotti, conseguire detto marchio costituisce un imperativo commerciale. Gli installatori e i clienti finali lo richiedono spesso, perché il marchio di qualità in questione garantisce loro che i prodotti così contrassegnati sono sicuri e affidabili. È un aspetto particolarmente importante quando si tratta di materiali elettrici che, se si dimostrano difettosi, possono causare gravi incidenti. La fiducia nei marchi nazionali è d'altronde rafforzata dal fatto che, a differenza del marchio "CE", sono concessi da organismi indipendenti.
57. L'importanza relativa attribuita al marchio "CE" e al marchio di qualità dagli installatori e dai consumatori si evince dalla posizione e dalla visibilità riservata loro sui prodotti elettrici. Quando i due marchi sono applicati su un prodotto, il marchio di qualità è

¹³ Risposta delle parti del 21 giugno 2001, domanda 187.

valorizzato dal produttore, mentre il marchio “CE” è di solito nettamente meno visibile. Nel caso degli interruttori, ad esempio, il marchio di qualità è apposto sulla parte frontale del prodotto ed è spesso contraddistinto da colori vivaci. Il marchio “CE” è invece generalmente applicato su un lato del prodotto e, nella maggior parte dei casi, il suo colore si confonde con quello del prodotto stesso.

58. La funzione che svolgono i marchi nazionali di qualità per i consumatori è riassunta da Arnould, controllata di Legrand, come segue¹⁴:

“ Il marchio NF è il risultato di un impegno volontario del fabbricante che sceglie di sottoporre i propri prodotti a una rigorosa procedura di certificazione. **Il marchio NF è una prova di conformità alle norme francesi ed europee.** È rilasciato da un organismo indipendente di certificazione sulla base di prove complete su prodotti e di audit dei siti di produzione. Il suo mantenimento è subordinato a controlli regolari soddisfacenti. **Il marchio NF garantisce molto più che la sicurezza. Garantisce l’affidabilità e la qualità dei materiali elettrici.** In pratica, l’utilizzo di materiali elettrici contrassegnati con il marchio NF è la garanzia del buon funzionamento del vostro impianto”.

59. Nel suo catalogo di prodotti per il 2000, Legrand fornisce le seguenti spiegazioni per quanto riguarda il marchio “CE”¹⁵:

“Il marchio CE compare sui prodotti elettrici e/o elettronici Legrand o sulle loro confezioni. È diventato obbligatorio in forza delle direttive del Consiglio delle Comunità europee. [...]” Il marchio CE non può in alcun caso sostituire un marchio di qualità. In Francia, permette agli ispettori doganali e antifrode (DGCCRF) di autorizzare la libera circolazione di tutti i prodotti con il marchio CE. Il fabbricante deve apporre il marchio CE sui suoi prodotti o sulle loro confezioni sotto la sua responsabilità esclusiva. La sua produzione non è oggetto di alcun controllo di conformità da parte di un organismo terzo (conformità alle norme nazionali e internazionali di sicurezza e di prestazione)”.

60. Allo stesso modo, il CEBEC, l’organismo belga di certificazione, spiega¹⁶ :

“Il diritto belga ed europeo prescrivono la conformità dei prodotti alle direttive comunitarie e, di conseguenza, il marchio CE. Tutti i prodotti devono essere contrassegnati da questo marchio; quelli su cui non compare non sono autorizzati alla vendita sul mercato. Il marchio CE in sé permette unicamente ai prodotti di essere commercializzati e non veicola alcuna ulteriore informazione [...]”.

Numerose direttive applicabili ai prodotti elettrici applicano un modulo di valutazione di conformità senza alcun intervento di un laboratorio indipendente o di un organismo autorizzato. Il marchio CE non è nient’altro che la dichiarazione di un fabbricante che attesta che i requisiti fondamentali sono soddisfatti.

Il marchio CEBEC esprime la conformità continua a norme di sicurezza internazionali, confermata da un organismo di certificazione indipendente e noto.

I consumatori continueranno a richiedere prodotti elettrici dotati di una certificazione indipendente. L’industria della componentistica e dell’impiantistica ha bisogno di

¹⁴ Catalogo generale 2001, pag. 319 (grassetto nell’originale).

¹⁵ Catalogo 2000, pag. 800.

¹⁶ www.cebex.be/leaflets/cebex.html.

conformità continua alle norme internazionali. Il marchio CE non la garantisce, mentre il marchio CEBEC la assicura”.

61. Nella maggior parte degli Stati membri gli organismi nazionali di certificazione sono altresì gli enti che si occupano della normalizzazione dei prodotti. In qualche paese (in Germania e nel Regno Unito, per esempio), esistono vari organismi di certificazione.
62. In virtù di una convenzione fra la maggior parte degli organismi che aderiscono al Cenelec, il “Cenelec Certification Agreement (CCA)”, tutti i prodotti a cui è stato concesso il marchio di qualità da un organismo membro possono ottenere il marchio di qualità da qualsiasi altro organismo su semplice richiesta, dietro pagamento di una tassa ridotta e senza dover effettuare una nuova serie di prove. Ciò non toglie che esista un marchio di qualità diverso in ognuno degli Stati membri del SEE e che i prodotti elettrici esibiscano il marchio di qualità nazionale dello Stato nel quale sono commercializzati.

A.4 Funzionamento del settore

A.4.1 Descrizione della catena verticale

63. La filiera che lega tutti questi attori può essere sintetizzata come segue. La domanda proviene dal cliente finale, che affida la realizzazione dell’impianto elettrico a un installatore o, per i progetti di dimensioni importanti, a un responsabile dei lavori. Una volta definito lo schema dell’impianto elettrico, è l’installatore che in linea di principio sceglie, acquista e installa il materiale elettrico, rifornendosi nella maggior parte dei casi presso un grossista locale, che può essere la filiale di un grossista di dimensioni internazionali. Lo stesso grossista si rifornisce a propria volta presso i diversi fabbricanti di materiale elettrico (come Schneider o Legrand).
64. Se l’impianto comprende quadri di distribuzione, questi ultimi devono essere specificamente adattati alle esigenze del cliente. Rispondere a tali esigenze significa definire il tipo, il numero e le caratteristiche dei vari componenti (interruttori, fusibili, interruttori differenziali) che compongono i quadri. Come indicato in precedenza, dell’adeguamento e del montaggio dei quadri terminali si occupa in genere direttamente l’installatore, poiché questi prodotti sono relativamente semplici. Per contro, l’operazione è più complessa nel caso dei quadri generali e dei sottoquadri e richiede l’intervento di uno specialista, il quadrista. In questo caso, sono i quadristi che scelgono e acquistano i vari componenti, o presso grossisti o, per i più importanti di loro, direttamente dai fabbricanti.
65. Per amore di completezza, è infine opportuno ricordare che i fabbricanti possono talvolta vendere direttamente i loro prodotti a certi clienti finali (come alcuni produttori di macchine o di apparecchiature che utilizzano materiale elettrico a bassa tensione, per esempio prese di corrente o ausiliari di comando e segnalazione). Inoltre, alcuni clienti finali effettuano a volte loro stessi l’installazione e la scelta del materiale elettrico, che acquistano di solito in grandi magazzini o negozi di fai da te specializzati. Queste vendite sono comunque di entità limitata e non modificano quanto descritto in generale in precedenza.

A.4.2 Importanza degli installatori e dei quadristi

66. Come già indicato, il cliente finale e i responsabili dei lavori svolgono di solito un ruolo significativo soltanto nella scelta dei materiali “visibili” (prese, interruttori, passaggi per

cavi eccetera) per i quali, secondo i documenti interni¹⁷ di Legrand, i principali criteri di selezione sono “l'estetica e la funzionalità”.

67. I componenti per quadri generali e sottoquadri sono in genere scelti e acquistati direttamente dal quadrista. Gli altri materiali in questione (componenti per i quadri finali, supporti per cavi eccetera) sono scelti dall'installatore.
68. Ne consegue che gli installatori (e, in misura minore, i quadristi) assumono un ruolo preponderante nella scelta dei materiali elettrici in questione. Come fa presente Legrand¹⁸, “la domanda di prodotti di Legrand è determinata soprattutto dalla misura in cui gli elettricisti e i responsabili dei lavori richiedono i prodotti di Legrand presso i grossisti”.
69. Acquisire la fiducia di questo gruppo di utenti costituisce pertanto uno degli elementi cruciali della concorrenza fra fabbricanti di materiali elettrici. Questa necessità è ancora rafforzata dal fatto che gli installatori e i quadristi di media grandezza sono in genere fedeli al marchio che sono abituati a utilizzare.

A.4.3 Importanza dei grossisti

70. Come indicato in precedenza, gli installatori e i quadristi di piccole o medie dimensioni si riforniscono presso i grossisti situati nelle vicinanze del loro luogo di attività. Soltanto i grandi clienti industriali o i quadristi di grandi dimensioni (presenti nei quadri generali) possono avere un certo interesse ad acquistare i loro prodotti direttamente presso i fabbricanti.
71. Esiste quindi un divario fra grandi progetti (o progetti che comportano grandi potenze), per i quali i fabbricanti venderanno direttamente i loro prodotti ai clienti finali e ai grandi quadristi e installatori, e gli altri impianti, per i quali i grossisti costituiranno un intermediario imprescindibile fra fabbricanti e installatori (o quadristi). Come spiegato in precedenza, i grossisti non intervengono nelle vendite di componenti per i quadri generali, ma rappresentano fra l'80% e il 90% degli sbocchi per gli altri tipi di materiale elettrico in questione.
72. Ne consegue che l'accesso ai grossisti costituisce un fattore di successo di estrema importanza per i fabbricanti di materiali elettrici che non siano i componenti per i quadri generali. È quindi opportuno notare che, secondo le parti, non tutti i fabbricanti avranno necessariamente accesso agli stessi grossisti. Per esempio, i fabbricanti più importanti si rivolgono piuttosto ai grandi gruppi internazionali (quali Rexel, Sonepar o Hagemayer in Francia), mentre i concorrenti più piccoli hanno una presenza più regionale e lavorano maggiormente con grossisti più piccoli.

A.4.4 Criteri di scelta

73. Da quanto precede si evince che la posizione concorrenziale dei vari fabbricanti sarà in gran parte determinata (i) dalla loro capacità di fidelizzare gli installatori e i quadristi e, pertanto, di soddisfare le loro aspettative e (ii) dal loro accesso ai grossisti, almeno per gli Stati membri nei quali questi sono sufficientemente presenti.

¹⁷ Documento Legrand, “Sintesi PMT luglio 2000”.

¹⁸ Legrand, modulo 20-F SEC.

74. Ora, dalle relazioni di alcuni analisti¹⁹, confermate dai documenti di Legrand²⁰, emerge che i principali criteri di scelta degli installatori sono (i) la qualità e la sicurezza dei materiali, (ii) la facilità di posa (che riduce il tempo di lavoro dell'installatore e quindi i suoi costi), (iii) l'adeguamento ai gusti e alle norme locali e (iv) la disponibilità dei prodotti a lungo termine (che permette la sostituzione standard di componenti difettosi ed evita le ricerche di volta in volta di nuovi fabbricanti).
75. I risultati dell'indagine condotta dalla Commissione confermano l'importanza di questi fattori. Evidenziano altresì che la qualità e la sicurezza dei prodotti risultano essere requisiti fondamentali, senza i quali un fabbricante non può sperare di vendere i suoi prodotti. Dimostrano, infine, che la ponderazione dei diversi criteri di scelta può variare tra installatori e quadristi. La disponibilità immediata dei prodotti sarà pertanto determinante per gli installatori, che non tengono scorte, ma assumerà una valenza inferiore per i quadristi. Allo stesso modo, questi ultimi sembrano attribuire un peso minore al marchio rispetto agli installatori.
76. I risultati dell'indagine della Commissione confermano altresì che nella maggior parte degli Stati membri il prezzo non risulta essere il criterio fondamentale di scelta per gli installatori. Tale situazione si spiegherebbe con il fatto (i) che il materiale elettrico rappresenta soltanto una parte relativamente modesta (in generale, nell'ordine del 20%) del contratto assegnato agli installatori, poiché il resto è determinato essenzialmente dai costi di manodopera; (ii) che l'installatore (come il responsabile dei lavori o il quadrista) tenderà generalmente a privilegiare la sicurezza e la qualità dell'installazione (per motivi di responsabilità, per evitare di tornare sul posto eccetera); e (iii) che una differenza di prezzo potrà essere più che compensata da altri fattori, in particolare il tempo di posa (considerata l'incidenza dei costi legati alla manodopera per il totale del contratto, un risparmio del 10% sul tempo di posa sarebbe economicamente più redditizio per l'installatore rispetto a uno sconto del 10% sul prezzo dei materiali).
77. Detti criteri di scelta spiegano d'altro canto in gran misura la fedeltà degli installatori e dei quadristi ai marchi. Secondo quanto indicato da un fabbricante²¹, "il comportamento degli attori della filiera è molto conservatore. Motivi legati alla qualità, alla sicurezza e ai problemi di responsabilità civile sono senza dubbio forti motivazioni per acquistare marchi conosciuti". Inoltre, gli installatori e i quadristi sono fortemente indotti a utilizzare prodotti di un solo marchio o di un numero ridotto di marchi poiché in questo modo riescono a conoscere meglio i prodotti e, in fin dei conti, a risparmiare non poco tempo al momento dell'installazione, economizzando, pertanto, in termini di manodopera.
78. I criteri di scelta dei grossisti devono chiaramente seguire quelli dei loro clienti, gli installatori e i quadristi. Ciononostante, si aggiungono fattori che riguardano in modo più specifico i grossisti. In particolare, le parti fanno presente che i grossisti tendono a ridurre il numero dei fornitori e dei marchi che distribuiscono per ogni categoria di prodotto, per motivi legati ai costi, alle scorte, all'aspetto informatico, alla formazione tecnica e commerciale del personale e così via. Tale atteggiamento tende a favorire i

¹⁹ Relazione Crédit Suisse First Boston su Legrand (11 settembre 2000), relazione Williams de Broë su Schneider (4 gennaio 2000).

²⁰ Legrand, modulo 20-F SEC.

²¹ Hager, risposta al questionario, prima fase.

fabbricanti che offrono marchi più affermati sul mercato e quelli che dispongono di un'ampia gamma di prodotti.

A.5 Conclusione

79. Per riassumere quanto esposto in precedenza, i materiali elettrici a bassa tensione sono utilizzati in tre tipi di applicazioni, i siti industriali, gli edifici terziari e gli edifici residenziali. Per i contratti industriali e i grandi contratti edili, che riguardano potenze forti e implicano pertanto la definizione di quadri generali, le apparecchiature vengono in genere scelte da un responsabile dei lavori o un grande quadrista e reperiti direttamente dai fabbricanti. Per gli altri contratti, la maggioranza delle apparecchiature è scelta e acquistata direttamente da un installatore o da un quadrista (tramite un grossista locale) e il cliente finale interviene soltanto per i prodotti “visibili”, sulla base di considerazioni estetiche ed, eventualmente, funzionali.
80. Eccezion fatta per i quadri generali, la problematica principale dei fabbricanti consiste quindi, da un lato, nel riuscire ad essere inclusi in modo sufficiente nel listino presso i grossisti, e, dall'altra, nel convincere gli installatori e i quadristi a scegliere i loro prodotti soprattutto in funzione della reputazione dei loro marchi, della varietà offerta e della loro disponibilità immediata.
81. Gli installatori sono attenti alla sicurezza e all'affidabilità dei prodotti, alla loro disponibilità e alla facilità di montaggio, il che li rende in genere fedeli a un dato marchio. I grossisti seguono i desideri dei loro clienti (gli installatori e i quadristi) e cercano, d'altra parte, i fornitori che offrono le gamme di prodotti più ampie possibili.
82. La concorrenza tra fabbricanti è, pertanto, principalmente al livello dei marchi, per i quali i fabbricanti tentano di differenziarsi dai loro concorrenti e di fidelizzare gli installatori e i quadristi. I fabbricanti mirano altresì a ottenere le più ampie gamme di prodotti, che è una necessità nel caso dei quadri di distribuzione elettrica e un vantaggio significativo per gli altri tipi di componenti.
83. Queste caratteristiche, comuni alla totalità dei mercati dei prodotti interessati dall'operazione, creano notevoli barriere all'ingresso (accesso ai grossisti, creazione di un marchio e di un'ampia gamma) e le diversificazioni avvengono sempre più spesso per crescita esterna (acquisizioni). In generale, si può dire che i mercati tendono ad essere sempre più concentrati.

B. Definizione dei mercati del prodotto rilevanti

B.1 I quadri di distribuzione elettrica

84. La presente sezione riguarda l'analisi degli effetti dell'operazione nel settore dei quadri di distribuzione elettrica, ovvero quadri generali a bassa tensione, sottoquadri e quadri terminali. Schneider e Legrand sono entrambe presenti per i sottoquadri e i quadri terminali. Schneider è altresì presente per i quadri generali.

B.1.1 Organizzazione degli impianti di distribuzione elettrica

85. La distribuzione dell'elettricità all'interno di un edificio (immobile residenziale, terziario, stabilimento eccetera) è gestita a diversi livelli successivi di apparecchiature, che permettono di trasportare l'elettricità dal punto di raccordo alla rete elettrica esterna verso i diversi apparecchi elettrici utilizzati nel fabbricato.
86. Un sistema di distribuzione elettrica a bassa tensione è strutturato pertanto in diversi livelli di quadri di distribuzione, secondo un principio piramidale che parte dal quadro generale (o da un sottoquadro per gli impianti più piccoli) e arriva fino ai quadri terminali. A valle, si troveranno le apparecchiature ultraterminali, come le prese o gli interruttori, che sono collegate ai quadri tramite i cavi e i materiali di derivazione.
87. La distribuzione dell'energia elettrica, nonché la protezione dell'impianto elettrico e/o delle persone, avviene nei quadri di distribuzione elettrica, che costituiscono pertanto i principali nodi della rete. Due quadri che appartengono a due livelli consecutivi dell'impianto sono collegati fra loro da cavi elettrici. Man mano che ci si allontana dal punto di raccordo alla rete esterna, le intensità elettriche che circolano in questi cavi e nei quadri elettrici diminuiscono. Il quadro generale corrisponde quindi al punto dell'impianto in cui passano le intensità elettriche maggiori. Le intensità che circolano nei sottoquadri, poi nei quadri terminali e infine nelle apparecchiature ultraterminali sono sempre meno elevate. Lo schema all'allegato 1 illustra la tipica struttura di un impianto di distribuzione elettrica a bassa tensione e la posizione che vi occupano le varie apparecchiature indicate in precedenza.

B.1.2 Scelta dei componenti

88. Per garantire le loro funzioni di protezione, i quadri elettrici sono costituiti da diversi componenti inseriti in un armadio (in lamiera di acciaio o in plastica). Questi componenti comprendono interruttori, fusibili (per la protezione degli impianti), differenziali (per la protezione delle persone) e vari altri elementi.
89. Il tipo, il numero e le dimensioni di questi componenti dipendono essenzialmente dal livello di distribuzione interessato e dal tipo di apparecchiature a valle. Ad esempio, i quadri generali di distribuzione contengono essenzialmente interruttori a forte intensità e interruttori scatolati. Nei sottoquadri di distribuzione sono presenti soprattutto interruttori scatolati e interruttori miniaturizzati. Infine, i quadri terminali di distribuzione contengono interruttori miniaturizzati e interruttori differenziali.
90. In pratica, ogni quadro di distribuzione dovrà essere studiato in modo specifico per rispondere alle esigenze uniche dell'impianto che dovrà proteggere (determinate dalla geografia dei luoghi e dal loro uso). Le sue dimensioni dipenderanno dalle caratteristiche dell'impianto elettrico a valle (potenza elettrica, numero dei circuiti gestiti eccetera). Pertanto, ogni quadro costituirà una soluzione unica e la rispettiva combinazione dei componenti potrà variare sostanzialmente da un contratto all'altro. I dati forniti da

Schneider²² suggeriscono pertanto che un componente di un dato quadro finale (persino di uno dei più venduti) è generalmente utilizzato in meno di un quadro su cinque.

91. I quadri generali di distribuzione a bassa tensione si situano a valle del punto di raccordo alla rete elettrica a media tensione, di norma subito dopo una cabina di trasformazione. I quadri generali servono a controllare la distribuzione dell'elettricità principalmente nei grandi edifici terziari (più di 5 000 m²). I sottoquadri servono a controllare la distribuzione dell'elettricità a livello di un piano di un grande fabbricato terziario e si collocano quindi nel sistema di distribuzione elettrica a valle di un quadro generale. I quadri di distribuzione terminali costituiscono l'ultimo livello di protezione e di gestione di un sistema di distribuzione elettrica. Questo tipo di quadro è di norma situato al livello di una singola abitazione o di un piccolo gruppo di uffici. Diversamente dai quadri di capacità superiore (quadri generali e sottoquadri), i quadri terminali di distribuzione sono in genere installati nei locali accessibili a non addetti ai lavori e devono dunque soddisfare norme di protezione più severe rispetto agli altri quadri di distribuzione.
92. I quadri generali di distribuzione a bassa tensione sono costituiti essenzialmente da (i) interruttori a forte intensità, la cui intensità nominale è compresa fra 630 e 6 300A; (ii) interruttori scatolati, la cui intensità nominale va da 400 a 1 600A; (iii) fusibili (da 400 a 1 600A); (iv) armadi e rispettivi elementi e (v) cablaggio.
93. I sottoquadri di distribuzione a bassa tensione sono costituiti essenzialmente da (i) interruttori scatolati di intensità nominale compresa fra 100 e 250A; (ii) interruttori miniaturizzati, la cui intensità nominale raggiunge i 125A; (iii) fusibili; (iv) armadi e rispettivi elementi, di solito in metallo, e (v) cablaggio.
94. Infine, i quadri terminali sono costituiti essenzialmente da (i) interruttori miniaturizzati; (ii) protezioni differenziali; (iii) fusibili; (iv) una cassetta (di solito in plastica), analoga all'armadio dei sottoquadri. Una delle loro particolarità è il tipo di fissaggio al quadro elettrico che prevede un montaggio su guide DIN (quindi normalizzate).
95. Il prezzo (escluse posa e manodopera) di questi diversi quadri è fissato sulla base dello schema riportato di seguito:

Tabella 3

Definizione	Quadri generali	Sottoquadri	Quadri terminali
Interruttori a forte intensità	17,5%		
Interruttori scatolati e fusibili	32,5%	18,4%	
Interruttori miniaturizzati e fusibili		40,5%	43%
Protezione differenziale			29%
Armadio ed elementi del quadro (o cassetta)	24,4%	17,6%	21%
Cablaggio	18,6%	17,5%	
Altro	7%	6%	7%
TOTALE	100%	100%	100%

96. Dalla tabella emerge che non tutti i componenti hanno quindi la stessa importanza in un quadro. In particolare, sembra che gli interruttori (ed eventualmente i differenziali)

²² Schneider, risposta alla domanda 109.

assumano spesso un ruolo chiave per quanto riguarda la scelta del fabbricante, in quanto sono componenti che garantiscono la quasi totalità delle prestazioni e la parte essenziale (fra il 50 e il 70%) del valore del quadro.

97. Nei punti successivi vengono illustrati il ruolo e l'uso di ogni tipo di componente attivo (interruttori, protezioni differenziali eccetera), nonché i parametri che determinano la scelta del tipo e delle prestazioni di ciascuno di essi, in considerazione del loro inserimento in un quadro di distribuzione elettrica.

Due tipi di protezione, per affrontare due tipi di rischi

98. La scelta del tipo di prodotti (interruttori, fusibili, differenziali eccetera) sarà innanzitutto subordinata al genere di protezione che il quadro dovrà garantire. In pratica, si distinguerà fra due tipi di protezione: da un lato, la protezione delle cose materiali, delle apparecchiature e dell'impianto elettrico stesso (in particolare contro i rischi di incendio e di surriscaldamento in caso di sovraintensità²³ elettrica o di cortocircuito) e, dall'altro, la protezione delle persone (contro il rischio di folgorazione, dovuto a una dispersione di corrente causata da un contatto accidentale fra un conduttore sotto tensione e un utente).

Protezione della rete: interruttori o fusibili

99. La protezione contro le sovraintensità e i cortocircuiti è garantita da interruttori o da fusibili. Questi due tipi di componenti tagliano la corrente in caso di sovraintensità o di cortocircuito e garantiscono pertanto la stessa funzione di protezione. Ciononostante, non funzionano nello stesso modo. Gli interruttori sono dispositivi elettromeccanici che tagliano la corrente e causano lo spostamento fisico di un interruttore. I fusibili tagliano la corrente tramite la rottura di un conduttore provocata dal riscaldamento dovuto all'aumento anormale dell'intensità elettrica che lo attraversa.
100. La tecnologia degli interruttori e dei fusibili è pertanto diversa. Inoltre, dopo aver eliminato la causa della sovraintensità o del cortocircuito, il fusibile dovrà essere sostituito (poiché si è fuso per tagliare la corrente), mentre l'interruttore dovrà semplicemente essere riattivato (cioè si sposterà l'interruttore sulla posizione di funzionamento normale).

Protezione degli utenti: differenziali o interruttori

101. Il rischio di folgorazione può derivare sia da un contatto diretto dell'utente con un conduttore sotto tensione (conduttore di "fase") sia da un contatto indiretto. Quest'ultimo

²³ La potenza elettrica di un'apparecchiatura e di un impianto dipende da due parametri: l'intensità della corrente elettrica (che caratterizza la portata di cariche elettriche che circolano nel conduttore in questione), misurata in ampere (A); e la tensione elettrica (che determina la forza che garantisce lo spostamento delle cariche elettriche e quindi la creazione della corrente elettrica), misurata in volt (V).

Una sovraintensità corrisponde alla circolazione di una corrente elettrica più elevata di quella per cui il circuito elettrico in causa è stato studiato (per esempio, se l'impianto a valle richiede maggiore potenza di quanto previsto). Ne risulta un surriscaldamento dei conduttori elettrici che può portare a un guasto dell'impianto se non addirittura a un incendio.

Un cortocircuito corrisponde a una dispersione di corrente elettrica all'interno dell'impianto. Può essere provocata, per esempio, dal contatto accidentale fra una persona e un cavo sotto tensione: in questo caso, la persona stabilirà un collegamento elettrico fra il cavo (che sta toccando) e il suolo (su cui si trova). La tensione che esiste fra il cavo e il suolo creerà allora una corrente elettrica (di dispersione), che cirolerà dal cavo sotto tensione al suolo attraverso la persona in questione.

interviene quando l'utente tocca una parte di un'apparecchiatura elettrica che a propria volta si è trovata accidentalmente a contatto con un conduttore sotto tensione.

102. Nel caso di un contatto diretto tra una persona e un conduttore sotto tensione, la corrente elettrica rischia di attraversare il suo corpo. La gravità del rischio dipende al tempo stesso dall'intensità della corrente che attraversa il corpo e dalla durata di esposizione a questa corrente. Maggiore è l'intensità, più breve deve essere il tempo di passaggio massimo della corrente nel corpo.
103. Per proteggere l'utente contro questo rischio di folgorazione si utilizzano dispositivi che individuano la dispersione di corrente (che corrisponde alla corrente che passa attraverso il corpo dell'utente in caso di contatto accidentale diretto con un conduttore sotto tensione) e che tagliano l'alimentazione elettrica in un lasso di tempo estremamente breve (di norma meno di 0,1 sec.). Dispositivi di questo tipo vengono chiamati "protezioni differenziali". Scopo di tali dispositivi è misurare la differenza fra l'intensità elettrica in entrata e l'intensità elettrica in uscita da un impianto. In situazione normale, questa differenza è pari a zero. In caso di contatto accidentale di una persona con un conduttore sotto tensione, si ha un passaggio di corrente attraverso il corpo della persona in questione. Si tratta di una dispersione che corrisponde a una differenza fra la corrente in entrata e la corrente in uscita dall'impianto e che viene individuata dall'apparecchiatura di protezione differenziale che taglia automaticamente l'alimentazione elettrica per proteggere la persona.
104. In un impianto elettrico a bassa tensione, le protezioni differenziali ad alta sensibilità sono i dispositivi principali per proteggere le persone contro i rischi di un contatto accidentale diretto con un conduttore sotto tensione, a prescindere dal regime di neutro utilizzato. La protezione differenziale è quindi un elemento essenziale di sicurezza delle persone. Non è tuttavia obbligatoria nelle stesse condizioni in tutti gli Stati membri.
105. Come indicato in precedenza, il rischio di folgorazione può anche derivare da un contatto accidentale indiretto. È quanto si verifica quando un filo sotto tensione all'interno di un'apparecchiatura entra accidentalmente in contatto con una parte esterna dell'apparecchiatura stessa che l'utente può di norma toccare senza pericolo. Quando l'utente tocca l'apparecchiatura elettrica (per esempio un forno) può allora entrare in contatto con la tensione elettrica trasmessa indirettamente dall'apparecchiatura in questione.
106. In questo secondo caso (contatto accidentale indiretto), la protezione dell'utente si basa per lo più sulla "messa a terra", cioè un collegamento elettrico fra la terra e l'apparecchiatura in questione, certe parti dell'impianto elettrico e/o certe apparecchiature.
107. Il modo in cui è eseguita questa messa a terra impone l'uso di protezioni differenziali (come nel caso di contatto diretto) o l'impiego di interruttori. La scelta dipende dal

“regime di neutro”, ovvero dal modo in cui le masse elettriche²⁴ e il conduttore del neutro²⁵ sono collegati alla terra.

L'importanza dei regimi di neutro

108. Si distinguono tre regimi di neutro a seconda del tipo di connessione delle masse elettriche e del conduttore del neutro a terra. Questi regimi sono designati da due lettere, la prima corrisponde al tipo di messa a terra del conduttore del neutro, la seconda al tipo di messa a terra delle masse elettriche: “TT” (masse elettriche e neutro direttamente connessi a terra), “TN” (masse elettriche connesse al neutro, quest'ultimo connesso direttamente a terra) e “IT” (neutro collegato a terra tramite impedenza, masse elettriche direttamente collegate a terra). Si noti, infine, che esistono due varianti del regime TN: “TNC” (in cui il conduttore del neutro coincide con il conduttore di protezione) e “TNS” (in cui il conduttore del neutro è diverso dal conduttore di protezione).
109. Il regime di neutro assume un'importanza fondamentale in caso di dispersione di corrente (per un difetto di isolamento o messa in contatto accidentale con un conduttore sotto tensione) poiché determina l'intensità della corrente di dispersione (“corrente di guasto”) e quindi la potenza della scossa che riceve la persona. Per esempio, il regime TT porta a correnti di guasto che possono raggiungere diversi ampere o decine di ampere. Il regime TN può portare a correnti di guasto dell'ordine di varie centinaia (se non migliaia) di ampere, poiché in questo regime una dispersione di corrente provoca immediatamente un cortocircuito tra una fase²⁶ e il conduttore del neutro. Infine, in regime IT, la corrente di guasto è debole (qualche decina di milliampere) poiché è limitata dall'impedenza del collegamento neutro-terra.
110. Ne derivano conseguenze importanti sulla progettazione dell'impianto di distribuzione elettrica.
111. In regime TT, un difetto di isolamento o una messa in contatto accidentale di una fase con una massa elettrica porta a una dispersione di corrente attraverso la presa di terra dell'impianto. La massa elettrica (cioè la parte esterna di un'apparecchiatura elettrica che l'utente può di norma toccare) si trova quindi sotto tensione. Per proteggere l'utente contro il rischio di folgorazione provocata da un contatto accidentale con la massa (elettrocuzione per contatto indiretto), occorre individuare la dispersione di corrente attraverso la presa di terra e interrompere l'alimentazione elettrica molto rapidamente. È questa la “protezione differenziale” descritta in precedenza. Il regime TT porta quindi necessariamente a utilizzare una protezione differenziale per proteggere le persone dal rischio di folgorazione per contatto indiretto. La sensibilità della protezione differenziale utilizzata in regime TT per proteggere le persone dai contatti indiretti è di solito compresa tra 30mA (alta sensibilità) e 300 o 500mA (sensibilità media).
112. In regime TN, un difetto di isolamento o una messa in contatto accidentale di una fase con una massa elettrica non provoca verosimilmente una “dispersione di corrente”, ma

²⁴ Vale a dire la parte delle apparecchiature elettriche con cui l'utente può entrare in contatto senza pericolo in situazione normale.

²⁵ Conduttore che di norma non è sotto tensione. Il conduttore del neutro si distingue dai conduttori delle “fasi” che sono sotto tensione. Con la corrente monofase, l'elettricità circola normalmente fra una fase e il neutro. Con la corrente trifase, l'elettricità circola tra fasi.

²⁶ Ovvero un conduttore sotto tensione.

un cortocircuito (fra fase e neutro). Nel conduttore del neutro circola quindi una corrente di notevole entità. La protezione dell'utente dal rischio di folgorazione per contatto indiretto è in questo caso assicurata soprattutto da interruttori (e non da protezioni differenziali, salvo che in regime TNS) a bassa soglia di attivazione (in modo che l'attivazione avvenga in tempi brevi). Si possono anche eventualmente utilizzare fusibili invece di interruttori.

113. Infine, in regime IT, come indicato in precedenza, la corrente di dispersione in caso di guasto di isolamento o di messa in contatto accidentale di una fase con una massa elettrica è debole e non richiede pertanto l'interruzione dell'alimentazione elettrica. Il regime IT garantisce quindi la continuità dell'alimentazione elettrica in caso di primo guasto. Costituisce il regime di neutro adatto negli impianti (ospedali, aeroporti eccetera) in cui è indispensabile questa continuità di servizio. Per contro, è importante poter individuare questo primo guasto per porvi rimedio. Infatti, se interviene un secondo guasto, l'impianto in regime IT equivale a un impianto in regime TN (o TT, se le masse non sono collegate fra di loro) e si è in presenza di una corrente di cortocircuito (o di dispersione) rilevante.
114. In pratica, il regime IT porterà all'impiego di due tipi di apparecchi: da una parte, un "Controllo permanente di isolamento" (CPI) che garantisca l'individuazione della corrente di dispersione debole provocata dal primo guasto che interviene e, dall'altra, un interruttore o un apparecchio differenziale che garantisce la protezione dal secondo guasto.

Prestazioni dei componenti

115. È opportuno successivamente dimensionare i componenti, ovvero definirne le prestazioni. Si tratterà, per esempio, di scegliere la tecnologia di interruttore (interruttore a forte intensità, interruttore scatolato o interruttore miniaturizzato) più adeguata e, nell'ambito di questa tecnologia, le caratteristiche più appropriate. Gli interruttori si caratterizzano principalmente per (i) l'intensità nominale (l'interruttore si attiva e interrompe il circuito in questione quando supera il valore di tale intensità), (ii) il potere di interruzione (intensità massima che l'interruttore può sopportare senza danno in caso di cortocircuito), (iii) il numero di poli (cioè il numero di conduttori, da 1 a 4, interrotti simultaneamente dall'interruttore in caso di attivazione) e (iv) la curva caratteristica di attivazione (che determina il tempo di attivazione in funzione dell'intensità). Tutte queste caratteristiche sono direttamente legate al regime di neutro, alle potenze trasportate dall'impianto e alle altre apparecchiature a monte e a valle.
116. I dati forniti dalle parti indicano che questa scelta è di norma imposta dall'impianto. Più precisamente, sembra che la configurazione dell'edificio o dell'unità industriale condizioni in genere la scelta dello schema elettrico da parte dell'installatore e che lo schema determini a sua volta le prestazioni dei componenti inseriti nei quadri.
117. Come indica per esempio Schneider, "l'aumento del prezzo di un interruttore da 16A, di norma installato a valle dell'impianto [...] e di cui sono presenti pertanto varie unità nei quadri terminali, può incidere in misura rilevante sul prezzo del quadro (e quindi in certi casi particolari può rimettere in discussione l'architettura dell'impianto). Ciononostante, [...] è più la topografia dell'impianto e l'esigenza di sicurezza di gestione che determineranno la scelta finale del responsabile e quindi dell'installatore."
118. Le parti fanno presente che di norma esiste uno schema elettrico ottimale per un dato edificio, un certo appartamento o una determinata unità industriale. Per esempio, anche

se teoricamente si potrebbero immaginare numerosi impianti elettrici diversi per una data abitazione (con un interruttore diverso per ogni stanza oppure ogni due stanze eccetera), l'installatore si preoccuperà di rispondere soprattutto a un'esigenza di sicurezza e di qualità aziendale, che lo porterà a moltiplicare il numero di protezioni (al fine di isolare ogni circuito in caso di guasto e ottenere un'alimentazione continua su tutti i circuiti che non ne sono interessati). In pratica, la definizione di questo schema è spesso realizzata da software, ad esempio il sistema ECODIAL offerto da Schneider, che sono studiati per guidare il cliente verso una soluzione che offra una qualità di servizi ottimizzata, quindi non necessariamente orientata al più basso costo d'impianto. Le parti sottolineano altresì che scegliere di moltiplicare le protezioni può anche presentare un buon rapporto in termini economici, poiché permetterà di ridurre la sezione (e quindi il costo) dei cavi elettrici.

119. Questo schema definisce, inoltre, direttamente le caratteristiche di ogni circuito e quindi le prestazioni attese dai diversi componenti.

120. Questi parametri determineranno poi i componenti più adatti, cioè quelli che sono in grado di fornire le prestazioni richieste senza superarle inutilmente (per motivi di costo). Sebbene in teoria si possano utilizzare componenti con prestazioni migliori, questa scelta non apporterebbe un vantaggio per l'utente e comporterebbe un sovracosto rilevante. Come fa presente Schneider, "in teoria gli interruttori con potere di interruzione elevato usati nel Segmento 2 possono essere usati nel Segmento 4, secondo il motto 'chi può dare il massimo può dare anche il minimo'. Tuttavia, i costi di questi dispositivi sono proibitivi".

121. Nei quadri di distribuzione possono essere presenti i seguenti componenti:

Tabella 4

Componente	Quadri generali	Sottoquadri	Quadri terminali
Interruttori forte intensità	630-6.300 A		
Interruttori scatolati	400-1 600 A	100-250 A	
Interruttori miniaturizzati		63-125 A	6-40 A
Salvavita			X
Interruttori differenziali			X
Fusibili	400-1 600 A	<250 A	6-40 A
Armadio ed elementi del quadro (o cassette)	X	X	X

B.1.3 Definizione dei mercati di prodotti

122. Le parti svolgono attività che si sovrappongono nel settore dei quadri di distribuzione elettrica a bassa tensione e dei componenti integrati in questi quadri.

Definizioni dei mercati di prodotti proposte dalle parti

123. Le parti propongono di distinguere tre mercati di prodotti per i sistemi di protezione delle persone e delle apparecchiature negli impianti elettrici a bassa tensione. Le parti suggeriscono di definire questi mercati di prodotti in funzione del livello di distribuzione elettrica. Esse distinguono così un mercato dei quadri generali di distribuzione a bassa tensione, un mercato dei sottoquadri a bassa tensione e un mercato dei quadri terminali di distribuzione.

Mercati di soluzioni

124. In primo luogo, Schneider ritiene che la concorrenza tra fabbricanti non riguardi il settore dei componenti dei quadri (venduti dai fabbricanti ai grossisti e dai grossisti ai quadristi e agli installatori), bensì interessi le “soluzioni” di distribuzione elettrica (cioè dei quadri stessi) assemblate a partire da questi componenti. Le soluzioni proposte dai vari produttori sono intercambiabili, in quanto svolgono le stesse funzioni e devono soddisfare gli stessi requisiti tecnici. Per contro, i componenti offerti da fabbricanti diversi non sono intercambiabili, per motivi di compatibilità tecnica (per i quadri generali e i sottoquadri) oppure perché gli installatori sono in genere fedeli a un marchio e acquistano quindi tutti i componenti presso uno stesso e unico fabbricante (per i quadri terminali). Per rispondere a questa domanda, i fabbricanti hanno messo a punto un’offerta di soluzioni, che implica che sono in grado di offrire tutti i componenti di tale soluzione. Questa soluzione sarebbe quindi il prodotto del mercato rilevante.

Tre mercati distinti

125. Schneider ritiene d’altro canto che ogni tipo di quadro (generale, sottoquadro e terminale) costituisca un mercato distinto. Innanzitutto, i quadri generali si distinguono per prestazioni tecniche diverse da quelle dei sottoquadri e dei quadri terminali (segnatamente per le intensità elettriche) e sono costituiti, almeno in parte, da componenti specifici per questa categoria di quadri (interruttori a forte intensità, chiamati anche “interruttori aperti”). Per contro, nei quadri generali non sono previsti interruttori miniaturizzati, largamente presenti invece nei sottoquadri e nei quadri terminali.

126. In secondo luogo, i sottoquadri a bassa tensione si distinguono dai quadri terminali di distribuzione a bassa tensione nella misura in cui questi ultimi sono calibrati per intensità elettriche inferiori (al di sotto di 125A) e hanno componenti specifici (segnatamente protezioni differenziali) che non sono utilizzati nei quadri terminali.

Analisi della Commissione

127. Nei punti successivi si esaminano i parametri in base ai quali si esercita la concorrenza nei mercati legati ai quadri di distribuzione elettrica. Dall’indagine della Commissione emerge che, in generale, i quadri di distribuzione elettrica sono di un solo marchio. Ciononostante a tale constatazione occorre al contempo aggiungere che i fabbricanti di materiali elettrici vendono componenti ai grossisti e che la concorrenza tra fabbricanti riguarda quindi la vendita di componenti. In conclusione, i mercati rilevanti che occorre prendere come riferimento dell’analisi sotto il profilo della concorrenza dell’operazione notificata sono i mercati di componenti destinati a essere inseriti nei quadri elettrici.

I quadri sono di solito monomarca

128. L’indagine della Commissione dimostra che di norma i quadri di distribuzione elettrica (segnatamente quando sono installati) sono dotati di componenti di un solo marchio. Questo dato di fatto è dovuto a vincoli di natura tecnica, soprattutto per quanto riguarda i sottoquadri, e a consuetudini di carattere commerciale, in particolare per quanto concerne i quadri terminali.

Vincoli tecnici

129. La concorrenza tra fabbricanti riguarda sia un componente considerato singolarmente sia le prestazioni dei quadri che saranno assemblati combinando questo componente con altri componenti. Per esempio, un interruttore scatolato ha interesse relativo se non è compatibile con gli altri dispositivi di protezione (altri interruttori scotalati, interruttori miniaturizzati, fusibili eccetera) montati in un quadro.
130. Ora, i dati forniti dalle parti e i risultati dell'indagine mostrano che, nei quadri generali e nei sottoquadri, non sarebbe economicamente possibile garantire la compatibilità tra certi componenti di marchi diversi. Per esempio, le parti fanno presente che combinare componenti di marchi diversi all'interno di un solo quadro generale obbligherebbe i quadristi a effettuare nuove prove per verificare il funzionamento corretto del quadro così assemblato. I costi di certe prove supplementari sono compresi tra i 10 000 e i 25 000 EUR a seconda delle garanzie da apportare, aspetto, questo, che per determinati quadri li rende proibitivi.
131. Del pari, nei sottoquadri, gli armadi e determinati elementi di armadi (placchette di fissaggio eccetera) venduti da un fabbricante sono studiati in modo specifico per i componenti del fabbricante in questione. Ogni fabbricante ha in effetti messo a punto i propri dispositivi di assemblaggio, intesi a facilitare l'assemblaggio del quadro.
132. Un sottoquadro è dotato di norma di un interruttore scatolato in cima al quadro, che alimenta e protegge una serie di partenze, protette e alimentate a loro volta da una serie di interruttori miniaturizzati. Per garantire che un guasto su un'uscita comporti soltanto l'interruzione di questa e non di tutte le uscite collegate al quadro, è opportuno accertarsi che per interrompere il guasto intervenga il dispositivo di protezione dell'uscita interessata e non il dispositivo di protezione in ingresso del quadro. È ciò che si chiama "selettività".
133. Ora, sembra che, almeno per quanto concerne i sottoquadri, questa selettività sia garantita da disposizioni di progettazione estremamente dettagliate (rapidità di apertura dei contatti, quantità di energia che l'interruttore lascia passare al momento dell'interruzione eccetera), che sono legate al modo in cui i prodotti sono studiati e fabbricati. Schneider ritiene, per esempio, che due interruttori identici sotto il profilo delle norme applicabili possono nondimeno avere prestazioni diverse per quanto riguarda la selettività, al punto da risultare impossibile garantire la funzione di selettività dei diversi fabbricanti fra loro.
134. La compatibilità e la selettività dei componenti sono fondamentali per il quadrista o l'installatore, in quanto permettono al quadrista di garantire la prestazione del quadro finale e quindi di soddisfare l'esigenza del suo cliente. Poiché la compatibilità e la selettività sono garantite solo all'interno di un unico marchio, i quadristi non saranno pertanto disposti a combinare i componenti di marchi diversi e si riforniranno di tutti i materiali elettrici necessari a un quadro presso un unico fabbricante. Come fa presente un quadrista²⁷, "non vi è una combinazione di prodotti di diversi marchi. [...] Le regole di installazione impongono di utilizzare lo stesso marchio".
135. Ne consegue che, nei quadri generali e nei sottoquadri, la scelta del marchio di un componente fondamentale come l'interruttore scatolato per i sottoquadri imponga in

²⁷ Spie Trindel, risposta al questionario di prima fase.

genere di usare lo stesso marchio per tutti gli altri componenti di protezione necessari per il quadro in questione. Per esempio, una volta che un quadrista ha individuato il marchio dell'interruttore scatolato del quadro da installare, ha *de facto* ristretto la scelta riguardo agli altri componenti (armadio, interruttori miniaturizzati eccetera), poiché potrà impiegare soltanto i marchi che gli garantiscono la compatibilità con l'interruttore scatolato scelto.

136. Risulta tuttavia, che non tutti gli elementi del quadro debbano necessariamente essere dello stesso marchio e che vi sia una certa possibilità di abbinare determinati componenti. È in particolare il caso dei componenti che non garantiscono direttamente funzioni di protezione, ad esempio gli elementi di armadi. Infatti, le parti possono registrare su uno stesso territorio quote di vendite notevolmente eterogenee riguardo ai vari componenti da assemblare per formare un sottoquadro. Così, la quota di mercato di Schneider in Francia relativa agli interruttori per sottoquadri sarebbe compresa fra il [50-90]*%, ma non supererebbe il [30-40]*% per gli armadi. Le parti ritengono che queste differenze si spieghino con la varietà delle soluzioni proponibili per uno stesso tipo di quadro elettrico. Se così fosse, i dati precedenti evidenzerebbero che in media i sottoquadri venduti da Schneider hanno quasi il doppio di interruttori dei sottoquadri offerti dai suoi concorrenti. È una situazione poco probabile, se si considera in particolare la varietà di clienti di Schneider in Francia. Una spiegazione più verosimile sarebbe che se le possibilità di installare interruttori di marchi diversi sono limitate (per motivi di compatibilità e di selettività), sono più ampie nel caso degli elementi di armadio, che non sono soggetti alle stesse regole di selettività e compatibilità degli interruttori. Lo stesso principio vale per le protezioni differenziali che sono a loro volta fornite da imprese specializzate. È per esempio il caso di Baco, una controllata di Legrand, che commercializza con il proprio marchio protezioni differenziali. Infine, per quanto riguarda i quadri terminali, le parti hanno presentato quote di mercato relative ai vari componenti che variano estremamente da un componente all'altro.

Usi commerciali

137. La combinazione di prodotti di marchi diversi in uno stesso quadro terminale risulta tecnicamente possibile e viene talvolta realizzata. Tuttavia, come ricordano le parti, i quadri terminali sono essenzialmente integrati e scelti dagli installatori, che “sono in genere fedeli a un marchio e acquistano la dotazione completa da un solo fabbricante, in funzione della facilità di montaggio del quadro, dell'estetica dei prodotti, della funzionalità delle apparecchiature e della fiducia nella qualità tecnica di un fabbricante”²⁸. Perciò, anche se non esistono ostacoli tecnici all'impiego di componenti di marchi diversi per i quadri terminali, gli installatori acquistano di solito tutti i componenti da un solo e stesso fabbricante.
138. Queste considerazioni mostrano altresì che la presenza di una gamma completa di prodotti all'interno di uno stesso marchio rappresenta un vantaggio concorrenziale significativo nel settore. Come fa presente un fabbricante²⁹, “considerata l'evoluzione del mercato, che mira a fornire impianti completi e sistemi integrati, lo spazio disponibile per i piccoli fabbricanti o per i fabbricanti di componenti isolati diminuisce sempre di più”.

²⁸ Pag. 54 - Modulo CO.

²⁹ Gewiss, risposta al questionario della fase prima.

139. L'esigenza di gamme complete si spiega innanzitutto con il fatto che gli installatori e i quadristi operano in primo luogo per i marchi che garantiscono loro sicurezza e compatibilità a prescindere dalla configurazione applicata e pertanto indipendentemente dalla scelta e dall'assemblaggio dei vari componenti di un quadro. Considerata la diversità dei componenti che si possono montare in un quadro generale o in un sottoquadro (Schneider annovera per esempio oltre 3 000 articoli per i sottoquadri), i marchi devono offrire la gamma totale dei materiali di protezione che si possono integrare in questi quadri.
140. L'importanza di gamme ampie e l'assenza di combinazioni rilevanti tra prodotti di marchi diversi sono ulteriormente rafforzate da altre caratteristiche del settore. Innanzitutto, secondo quanto afferma General Electric (GE), "i quadristi e gli installatori cercano di norma di acquistare tutti i loro prodotti presso uno stesso fornitore o un unico marchio, il che riduce i loro costi di transazione e permette loro un migliore accesso alla formazione e ai servizi di manutenzione, assicurando la compatibilità tecnica dei diversi componenti". Inoltre, alcuni quadristi e installatori hanno segnalato la presenza di sconti sui prezzi o cicli di formazione, collegati ad acquisti cumulativi o a obiettivi annui di volumi di acquisto per i prodotti di uno stesso marchio. Come evidenziano i risultati dell'indagine, emerge infine che la presenza di un'ampia gamma di prodotti rappresenta un vantaggio significativo per l'accesso ai grossisti.
141. Tutti i grandi concorrenti delle parti (quali ABB, Siemens o Hager) offrono gamme complete di componenti. Quei fabbricanti di medie dimensioni che non producono tutti i componenti devono di norma colmare questa lacuna acquistando il tipo di componenti mancante presso altri fabbricanti e inserendolo poi nella propria gamma. È il caso, per esempio, di Moeller (che si rifornisce per gli interruttori a forte intensità da Schneider), di Gewiss (che ha sviluppato i propri sottoquadri in funzione degli interruttori scatolati forniti da ABB) e di Schneider (che acquista interruttori fusibili da ABB e fusibili da Holce e Harvey Bubble).

La concorrenza tra fabbricanti e sotto il profilo della domanda è anche a livello di componenti

142. Dall'analisi della posizione delle parti per quanto riguarda una definizione di mercati di prodotti rilevanti secondo la combinazione finale dei componenti in "soluzioni" non emerge tuttavia un risultato positivo. Infatti, come illustrano meglio i punti successivi, questa posizione è smentita dalla realtà economica e, secondo quanto dimostrano i documenti delle parti, le pressioni concorrenziali si esercitano anche a livello dei componenti.

La realtà economica mostra che il mercato funziona per la vendita dei componenti

143. Nella sua decisione del 30 marzo 2001, ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), del regolamento sulle concentrazioni ("la decisione a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c)'), la Commissione ha indicato che non escludeva la possibilità che ognuna delle diverse categorie di componenti di quadri di distribuzione elettrica formasse un mercato di prodotti rilevante. In una siffatta ipotesi, i mercati di prodotti dovrebbero allora essere definiti a partire dalle categorie di componenti piuttosto che in termini di "soluzioni". La Commissione, nella sua decisione a norma dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c), aveva notato, in particolare, che numerosi terzi avevano fatto presente che i componenti elettrici sono in genere venduti in quanto tali dai fabbricanti che li

forniscono ai rispettivi grossisti o ai quadristi senza inserirli in una soluzione completa (operazione, questa, che viene lasciata ai quadristi e agli installatori).

144. Nella suddetta decisione, la Commissione aveva altresì notato che taluni concorrenti non sembravano essere in grado di produrre direttamente la totalità dei componenti da integrare nelle “soluzioni” (quadri di distribuzione elettrica) che offrono, che i cataloghi delle parti non prevedevano la segmentazione fra quadri generali, sottoquadri e quadri terminali proposta dalle parti stesse, bensì suddividevano i componenti per gamma o per famiglia in funzione delle rispettive prestazioni.
145. L’indagine approfondita della Commissione ha confermato che i grossisti, gli installatori e i quadristi acquistano i componenti e i fabbricanti li vendono. Non esiste una vendita in senso stretto di quadri già integrati. L’attività dei quadristi e degli installatori consiste proprio nel realizzare un quadro elettrico che corrisponde alle caratteristiche tecniche dell’impianto a cui è destinato. La progettazione di un quadro, la sua struttura, ovvero la sua composizione in termini di interruttori (di forte intensità, scatolati o miniaturizzati), fusibili e interruttori differenziali, e la scelta di questi componenti dipendono in primo luogo dalle caratteristiche tecniche dell’impianto.
146. Non vi potrebbe dunque essere un “quadro standard”, poiché ogni quadro deve riflettere le caratteristiche praticamente uniche dell’impianto in cui deve essere inserito. Secondo Legrand³⁰, “la diversità delle configurazioni osservate è enorme e rende molto difficile la definizione di un quadro tipo”. Il quadro è pertanto progettato e assemblato soltanto a livello del quadrista, dell’installatore e/o dello studio di progettazione che è in contatto con l’utente finale.
147. Nella loro risposta, le parti non contestano l’assenza quasi totale di quadri tipo, ma sostengono che esisterebbero soluzioni tipo. Ricordano, da un lato, che la composizione di un quadro implica sempre l’assemblaggio degli stessi tipi di componenti (interruttori, protezioni differenziali, elementi di armadio o di cassetta eccetera) e, dall’altro, che la clientela avverte la necessità di ottenere soluzioni tipo, come testimonia la realizzazione di software volti ad assistere la domanda cui devono rispondere i fabbricanti, ovvero gli installatori.
148. La Commissione non contesta queste osservazioni. Ritiene ciononostante che non possano in alcun caso essere interpretate come prova dell’esistenza di quadri tipo. Il fatto che tutti i quadri di un dato tipo presentino abitualmente lo stesso genere di elemento dimostra che tutti questi quadri svolgono la stessa funzione, ma chiaramente non sono tutti identici. La specificità di ogni quadro (e quindi la quasi assenza di quadri tipo) è d’altronde confermata dalla presenza di software per il dimensionamento dei quadri, che mirano a definirne la composizione per rispondere in maniera ottimale alle esigenze di ogni cliente. La Commissione sostiene pertanto che, eccezion fatta per qualche quadro terminale tipo, che riguarda soltanto alcune configurazioni specifiche e rappresenta una quota molto modesta delle vendite, non esistono quadri tipo, mentre ciò che le parti chiamano soluzioni tipo sembra piuttosto rispondere a una sorta di coerenza nella scelta di un marchio.
149. Pertanto, in generale, il fabbricante di materiale elettrico non progetta né vende il quadro, ma si accontenta di vendere (direttamente o indirettamente attraverso la distribuzione) a imprese terze (quadristi, installatori) i componenti di cui hanno bisogno

³⁰ Legrand, risposta alla domanda 65.

per assemblare l'impianto elettrico dei loro clienti. I cataloghi delle parti e dei rispettivi concorrenti sono d'altronde organizzati per famiglie di componenti e non per tipi di quadri e presentano, per esempio, componenti le cui caratteristiche tecniche sono dettagliate, senza che si faccia necessariamente riferimento ai quadri in cui si potrebbero inserire questi componenti.

150. Inoltre, le parti hanno affermato che la vendita di componenti per sottoquadri o per quadri terminali di distribuzione elettrica a bassa tensione avviene per oltre l'80% attraverso la distribuzione. Ora, come precisato da Schneider³¹, “[ogni grossista] acquista dalle parti i lotti di componenti o sottoinsiemi necessari al fine di costituire una scorta che permetta di rispondere alle diverse configurazioni dei sistemi che devono realizzare i suoi clienti”. Questa risposta conferma che gli ordini dei grossisti nel settore dei sottoquadri e dei quadri terminali di distribuzione elettrica riguardano componenti e non soluzioni integrate.

151. In risposta ad alcune domande della Commissione³², Schneider ha trasmesso per ogni Stato del SEE una copia dei principali ordini di sottoquadri e di quadri terminali di distribuzione elettrica a bassa tensione, nonché le fatture corrispondenti. Emerge molto chiaramente che gli ordini emessi dai clienti di Schneider riguardano praticamente sempre componenti, identificati dal loro codice preciso, e non soluzioni. Le rare eccezioni riguardano in pratica tutte le vendite dirette a clienti che non siano grossisti o quadristi. Ora, come indicato in precedenza, vendite di questo tipo sono marginali (meno del 5% per i sottoquadri e meno del 10% per i quadri terminali).

152. Emerge chiaramente dagli elementi riportati in precedenza che le vendite delle parti nei settori dei sottoquadri e dei quadri terminali riguardano quasi totalmente componenti e non “soluzioni integrate”. Lo stesso dicasi per i loro concorrenti.

Pressioni concorrenziali esercitate a livello dei componenti

153. Da un'analisi delle cause dell'omogeneità (vincoli tecnici e usi commerciali) di marchi di componenti dei quadri emerge che un fabbricante che, pur disponendo della gamma completa di componenti (condizione necessaria per essere presente sul mercato), dovesse detenere una posizione particolarmente forte per un tipo di questi componenti potrebbe esercitare un certo potere di mercato su questo segmento.

154. Per quanto concerne i quadri terminali, sembra che la sola ragione della presenza di componenti di uno stesso marchio sia la fedeltà degli installatori nei confronti del marchio. Un'analisi delle condizioni di concorrenza mostra, tuttavia, che le quote di mercato possono variare in misura rilevante tra i diversi componenti. Per esempio, i risultati dell'indagine evidenziano che, per alcuni fabbricanti, le quote di mercato possono raddoppiare da un componente all'altro. Queste differenze dimostrano che le condizioni di concorrenza non sono omogenee tra i vari componenti.

155. Per quanto riguarda i sottoquadri, le parti adducono vincoli tecnici (compatibilità e selettività) per giustificare un'analisi unicamente tramite le “soluzioni”. Ricordano altresì nella loro risposta che la scelta di un quadro monomarca permette ai quadristi di

³¹ Risposte delle parti alle domande 68 e 113 del questionario del 6 aprile 2001.

³² Domande 70 e 112 – Questionario 6 aprile 2001.

risparmiare in misura rilevante in termini di tempo (dal 25% al 50%) per il montaggio del quadro.

156. Ciononostante, come indicato in precedenza, è possibile abbinare componenti di marchi diversi, almeno per quanto riguarda gli elementi degli armadi. Inoltre, il fatto che non si possano utilizzare per la stessa soluzione interruttori di fabbricanti diversi non impedisce la presenza di condizioni di concorrenza distinte fra gli interruttori scatolati, che sono componenti “chiave” la cui scelta condizionerà quella degli altri dispositivi di protezione, e questi altri elementi di protezione. Infatti, i fabbricanti tenderanno a concentrare essenzialmente i loro sforzi di ricerca e sviluppo e di promozione su questi componenti chiave anziché sugli altri tipi, situazione, questa, che d'altronde trova conferma nei dati forniti dalle parti nella loro risposta. Questi dati mostrano che in Italia (per il periodo 1998-2000), la differenza fra il prezzo più basso (corrispondente alle promozioni) e il prezzo più alto (senza promozione) ha potuto raggiungere il [20-30]*% per gli interruttori scatolati, ma che questa differenza non ha superato il [10-20]*% per gli interruttori miniaturizzati. Ciò indica che le promozioni sono tradizionalmente più importanti per gli interruttori “chiave” rispetto agli altri interruttori.
157. L'analisi sul versante dei componenti sembra essere ancora più pertinente se si considera che è di norma a questo livello che si forma il valore di un marchio. È pertanto a questo livello che le parti analizzano la propria posizione sui mercati delle apparecchiature di distribuzione elettrica a bassa tensione. Così, per esempio, i “Piani a medio termine (PMT) 2001-2005” di Legrand per la maggior parte dei paesi del SEE specificano le quote di mercato detenute da Legrand in questi paesi per categoria di componenti (“interruttori di potenza”, “interruttori [per sottoquadri]”, “interruttori differenziali”, “rivestimenti”). Per contro, in questi documenti non viene effettuata alcuna analisi per “soluzione” (cioè per tipo di quadro di distribuzione elettrica a bassa tensione).
158. I documenti interni delle parti riportano anche analisi che sottolineano l'importanza dei componenti in quanto tali. Per esempio, BTicino, che fa parte del gruppo Legrand, indica³³: “[...]*”. Del pari, Legrand³⁴ sviluppa analisi specifiche e distinte per gli interruttori per sottoquadri da una parte e per i differenziali dall'altra. Quanto a Schneider, insiste nel suo piano triennale per [...]* sugli effetti positivi del lancio di una nuova gamma di [...]* e sull'ulteriore utilizzo di questi componenti per permettere le vendite di altri prodotti. [...]*, Schneider fa affidamento sulla sua gamma di [...]* per rafforzare le proprie posizioni presso i clienti industriali e, al contrario, attribuisce alla sua gamma di [...]* la sua debole competitività per i clienti residenziali.
159. Il modo in cui questi documenti sottolineano il ruolo strategico di un componente (nel caso di specie un [...]*) illustra bene il peso assunto dai componenti nelle strategie concorrenziali dei vari fabbricanti. L'importanza dei componenti emerge anche nelle pubblicità dei fabbricanti destinate agli installatori e ai quadristi. Queste pubblicità esaltano infatti le prestazioni dei componenti offerti e non delle soluzioni complete che possono essere assemblate a partire dai componenti in questione.
160. Infine, occorre notare che [...]*³⁵.

³³ BTicino, Piano a Medio Termine [...]*.

³⁴ Legrand, Piani a Medio Termine.

³⁵ Schneider, La convergence tarifaire européenne.

161. Nella loro risposta, le parti contestano l'esistenza di un potere di mercato a livello dei componenti. Ritengono in particolare che la prova del monopolio ipotetico non possa essere applicato a un determinato tipo di componente, poiché tutti i fabbricanti offrono l'insieme della gamma. Il caso di un monopolio ipotetico su un solo tipo di componente sarebbe quindi un'ipotesi del tutto estranea alla realtà del mercato.
162. La Commissione non può accogliere questa posizione. Se è vero che il caso di un monopolio ipotetico presente su un solo tipo di componenti non rispecchia la realtà del mercato, ciò non è sufficiente a impedire la presenza di condizioni di concorrenza (e quindi di un eventuale potere di mercato) diverse per ogni tipo di componenti. Il fatto che tutti i fabbricanti debbano offrire, e gli installatori acquistare, l'insieme dei componenti necessari per il montaggio di un quadro elettrico non significa che la competitività dei vari fabbricanti, le caratteristiche della domanda e pertanto la fissazione dei prezzi siano per forza equivalenti per tutti gli articoli in questione. In altre parole, il fatto che la prova del monopolio ipotetico non possa tecnicamente essere applicata a livello dei componenti (perché tutti i fabbricanti vendono la gamma dei prodotti) mostra che probabilmente non può esistere una situazione di monopolio per quanto riguarda un solo componente, a prescindere da tutti gli altri. Questo non ostacola, di per sé, la presenza di un potere di mercato a livello dei componenti.
163. Il semplice fatto (non contestato dalle parti) che esistano componenti "chiave" dimostra che alcuni di essi sono più importanti di altri e che le condizioni di concorrenza per questi componenti potranno essere diverse da quelle che esistono per gli altri componenti. Inoltre, come fatto presente in precedenza, in alcuni casi è possibile abbinare elementi di marchi diversi, in particolare gli elementi per armadi e cassette.
164. Questa situazione è d'altronde ampiamente confermata dai dati forniti da Schneider, che mostrano differenze sostanziali nei margini di utili relativi ai diversi tipi di componenti.

Tabella margini

Prodotto	Quadri generali		Sottoquadri		Quadri terminali	
	Margine lordo	Margine netto	Margin e lordo	Margin e netto	Margine lordo	Margine netto
Interruttori a forte intensità	[40-60]*%	[20-40]*%				
Interruttori scatolati	[40-60]*%	[10-30]*%	[50-70]*%	[20-40]*%		
Interruttori miniaturizzati e differenziali			[50-70]*%	[20-40]*%	[50-70]*%	[20-40]*%
Armadio e elementi di quadro (o cassetta)	[20-40]*%	[0-20]*%	[50-70]*%	[20-40]*%	[20-40]*%	[0-20]*%

Fonte: Schneider, risposta al questionario del 6 aprile 2001

Conclusioni

165. Come indicato nella comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante³⁶, "il mercato va definito [...] per individuare i concorrenti effettivi delle imprese interessate che sono in grado di condizionare il comportamento di queste ultime e di impedire loro di operare in modo indipendente da effettive pressioni concorrenziali".

³⁶ Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, (97/C 372/03, GU C 372 del 9.12.1997).

L'obiettivo della definizione del mercato rilevante è quindi individuare i settori in cui un eventuale operatore in posizione dominante potrebbe esercitare un potere di mercato e offrire un quadro concettuale che permetta l'analisi delle condizioni della domanda e dell'offerta in questi contesti.

166. L'analisi che precede dimostra che il potere di mercato dei produttori può essere esercitato a due livelli: al livello dei marchi (e quindi della combinazione dell'insieme dei componenti da inserire in un quadro), da una parte, e al livello di ogni singola famiglia di componenti, dall'altra.
167. Infatti, da un lato, il frequente “ monomarchismo” dei clienti impone ai fabbricanti di disporre di una gamma completa di prodotti e di garantire le prestazioni (tecniche ed economiche) dei quadri che risultano dall'assemblaggio di questi prodotti. Inoltre, una volta scelto un componente (per esempio un interruttore), gli altri elementi dello stesso quadro vengono di norma acquistati dello stesso marchio. È il caso in particolare per gli altri interruttori del sottoquadro, a causa delle considerazioni di compatibilità e di selettività descritte in precedenza. Esiste pertanto un primo livello di concorrenza che corrisponde all'insieme dei componenti (o almeno all'insieme dei componenti di protezione).
168. Tuttavia, da quanto suesposto deriva anche che (i) il “ monomarchismo” non è assoluto, sia per quanto concerne i quadri terminali sia per i sottoquadri; (ii) l'impiego di marchi diversi sembra più esteso per quanto riguarda gli elementi di armadi o di cassette rispetto agli elementi di protezione; (iii) la scelta del marchio è in pratica dettata dalla scelta di alcuni componenti “chiave” e (iv) le posizioni concorrenziali dei diversi fabbricanti possono variare molto significativamente a seconda del tipo di componente. Le condizioni di concorrenza non saranno pertanto omogenee per ogni tipo di componente, il che è d'altronde ampiamente confermato dai dati forniti dalle parti nella loro risposta. Infatti, questi dati attestano l'esistenza di promozioni specifiche per ogni tipo di componente (per esempio, un interruttore miniaturizzato o un tipo di cassetta), aspetto, questo, che indica fortemente la presenza di pressioni concorrenziali diverse a seconda del componente. Inoltre, nel settore dei sottoquadri queste promozioni sembrano essere ben più importanti per i componenti “chiave” (gli interruttori scatolati) e i componenti “combinabili” (gli elementi di armadio) rispetto agli interruttori miniaturizzati.
169. Nella loro risposta, le parti contestano quest'analisi e ritengono invece che la valutazione sotto il profilo della concorrenza debba riguardare soltanto il quadro, cioè l'insieme dei componenti che formano un dato tipo di quadro. Le parti si basano in particolare (i) su considerazioni tecniche (compatibilità, selettività eccetera) ed economiche (tempo di montaggio) che limitano la possibilità di impiegare prodotti di marchi diversi, (ii) sul “monomarchismo” degli installatori e dei quadristi e (iii) sul fatto che tutti i fabbricanti offrono e devono offrire la gamma di componenti necessari alla realizzazione di un quadro. Le parti fanno altresì leva sui risultati di uno studio che hanno commissionato all'agenzia NERA e che evidenzia, secondo loro, una correlazione molto forte dei volumi di vendita per ogni tipo di componente. Le parti ritengono che questa correlazione dei volumi dimostri l'esistenza di un mercato unico dei componenti.
170. Come indicato in precedenza, la Commissione non contesta l'esistenza di un primo livello di concorrenza per l'insieme dei componenti che rientrano nel montaggio di un determinato quadro elettrico né che questa concorrenza imponga la presenza di una gamma completa di prodotti nell'offerta dei fabbricanti e la garanzia di prestazioni tecniche ed economiche al livello dei quadri che sono il risultato dell'assemblaggio di

questi elementi. Ritiene, ciononostante, che la concorrenza non riguardi soltanto questo livello, ma anche ogni tipo di componenti.

171. La Commissione ritiene altresì che i dati forniti dall'agenzia NERA confermino, piuttosto che smentire, la pertinenza di un'analisi al livello dei componenti. In primo luogo, risulta che i fabbricanti realizzano numerose operazioni promozionali per un singolo tipo di componente e non, piuttosto, per l'insieme degli elementi necessari al montaggio di un quadro. Nei mesi di giugno e luglio 2000, Schneider avrebbe infatti offerto sconti di [0-20]*% su alcuni [...] e riduzioni di [20-40]*% su certi [...]. Legrand, dal canto proprio, avrebbe effettuato operazioni promozionali specifiche per certi tipi di [...] per quadri terminali e, in altri momenti, promozioni relative a certi [...]. L'importanza di queste promozioni e il fatto che siano mirate a un solo tipo di componente attestano la presenza di una concorrenza specifica per ogni tipo di elemento.
172. In secondo luogo, i dati forniti dalle parti indicano altresì che queste operazioni promozionali incidono in misura rilevante sulle vendite dei materiali interessati dalla promozione, ma che hanno effetti soltanto limitati sui volumi degli altri componenti da utilizzare e montare con il materiale in questione per formare le "soluzioni". Ecco perché nel gennaio 2000 quando BTicino ha offerto (in Italia) uno sconto di [0-20]*% su alcuni [...], le vendite di [...] sono aumentate dello [0-20]*% rispetto al dicembre 1999, ma le vendite di [...] hanno registrato una crescita soltanto dello [0-20]*% rispetto al mese precedente. Questa differenza è ancora più evidente se si prende in considerazione la stagionalità delle vendite, poiché a quel punto le vendite di [...] sarebbero addirittura diminuite dello [0-10]*% rispetto al mese precedente (le vendite di [...] sono invece aumentate del [20-30]*%), il che indica che le promozioni sui componenti non si ripercuotono in modo omogeneo su tutti gli elementi necessari per un quadro, e conferma ulteriormente l'esistenza di un secondo livello di concorrenza per quanto riguarda i componenti.
173. In terzo luogo, i dati forniti dall'agenzia NERA mostrano che non esiste alcun rapporto significativo fra le variazioni di prezzo dei diversi componenti. Poiché le variazioni di prezzo riflettono le evoluzioni delle condizioni di domanda e offerta dei prodotti in questione, l'assenza di correlazione evidenzia ulteriormente la specificità di ogni tipo di componente e conferma che i rispettivi prezzi sono fissati in larga misura sulla base di considerazioni proprie al tipo di componente (piuttosto che derivare da cambiamenti della concorrenza nel settore dei quadri in cui vengono montati).
174. Infine, la Commissione ritiene che il rapporto dei volumi di vendita dei componenti, secondo quanto osservato dall'agenzia NERA, non rimetta in discussione l'esistenza di una concorrenza specifica per quanto riguarda i componenti. Il calcolo non prende affatto in considerazione il carattere stagionale dell'attività. Ora, questa stagionalità è talvolta molto spiccata, in particolare nel mese di agosto, in cui i volumi di vendita possono scendere di oltre il 75% rispetto al mese di luglio. Non isolando questo fenomeno, i dati forniti dall'agenzia NERA sopravvalutano quindi notevolmente il rapporto reale dei volumi. Per misurare il rapporto reale, la Commissione ha effettuato calcoli propri sulla base dei dati forniti dalle parti. Questi calcoli dimostrano che, se si esclude la stagionalità delle vendite, il rapporto diminuisce in misura rilevante e raggiunge fasce di valori (dell'ordine dello 0,7) che non consentono di formulare conclusioni precise.
175. Comunque sia, appare evidente che esisterà un certo rapporto fra le vendite dei diversi tipi di componenti, poiché le vendite finali riguardano i quadri assemblati e questi quadri sono realizzati assemblando gli elementi in questione. Tuttavia, la Commissione ritiene

che l'esistenza di questo rapporto non permetta di concludere che tutti i componenti riguardino un mercato di prodotti unico. Applicato a un altro ambito, il ragionamento sviluppato dall'agenzia NERA equivarrebbe a ritenere che, poiché esiste (probabilmente) un rapporto fra i volumi delle vendite di pneumatici e di motori per autovetture (entrambe le vendite sono legate a quelle delle automobili), pneumatici e motori fanno parte di uno stesso mercato di prodotti. Questa conclusione sembra alquanto assurda, considerata l'assenza totale di sostituibilità fra i due prodotti (sia sul versante della domanda che su quello dell'offerta) e delle differenze fondamentali riguardo alla struttura della concorrenza in questi due settori (presenza di costruttori integrati, livello di concentrazione eccetera). È, d'altronde, per questo motivo che gli studi econometrici relativi alla definizione dei mercati di prodotti sono di norma basati su rapporti di prezzi piuttosto che su rapporti di volumi³⁷. La Commissione ritiene quindi che questo rapporto non rimetta in discussione l'esistenza di condizioni di concorrenza specifiche per ogni tipo di materiale, tenuto conto in particolare dei fatti e delle considerazioni esposti in precedenza. Il fatto che, nonostante la presenza inevitabile di un rapporto fra componenti, le vendite di alcuni componenti aumentino mentre le vendite di altri diminuiscono, conferma ulteriormente quest'analisi.

176. Ad ogni modo, pur accettando l'importanza dei marchi e delle gamme di componenti nel gioco della concorrenza, la forza di un marchio si basa principalmente sulla competitività dei vari elementi. Poiché un eventuale fornitore in posizione di monopolio per un componente può derivare un certo potere di mercato dalla sua posizione a questo livello, l'analisi della concorrenza deve essere realizzata in merito a ogni tipo di componente.
177. La Commissione conclude pertanto che l'analisi degli effetti sulla concorrenza della concentrazione notificata deve essere condotta su due livelli: da un lato, al livello dell'insieme dei componenti da assemblare per un dato tipo di quadro (il che corrisponde al livello detenuto dalle parti) e, dall'altro, al livello dei vari componenti da integrare rispettivamente nei sottoquadri e nei quadri terminali.

Segmentazione dei prodotti

Distinzione per tipo di funzione

178. La Commissione constata che le diverse categorie di componenti utilizzate in un quadro elettrico non sono intercambiabili fra di loro. Un esempio quanto mai esplicativo è quello di un armadio (cioè un involucro, in genere di metallo, formato da un telaio su cui vengono montati pannelli esterni e una porta) o una cassetta che non si può in alcun modo sostituire con un dispositivo di protezione (come un interruttore o un fusibile).
179. Si deve altresì operare una netta distinzione, nell'ambito dei dispositivi di protezione, fra gli interruttori e i fusibili (la cui funzione è proteggere l'impianto elettrico dalla sovrintensità o da un cortocircuito), da un lato, e le protezioni differenziali (che servono a proteggere le persone), dall'altra. Per le stesse ragioni, gli interruttori differenziali, che riuniscono le funzioni di un differenziale e quelle di un interruttore, non sono sostituibili con gli altri tipi di protezione.

³⁷ Cfr., per esempio, l'articolo fondatore "The extent of the market", di Stigler e Sherwin, *Journal of Law and Economics* vol. 28, pagg. 555-585, ottobre 1985.

180. Questa segmentazione esiste anche sul versante dell'offerta, poiché, secondo le parti, ognuno di questi tipi di componenti è prodotto su una catena di produzione (e nella maggior parte dei casi in uno stabilimento) distinta e specifica. Ciò impedisce la produzione di qualsiasi altra famiglia di apparecchiature e la riconversione in condizioni economiche accettabili.

Distinzione fra interruttori e fusibili

181. I fusibili svolgono una funzione paragonabile a quella degli interruttori (protezione contro i cortocircuiti e i sovraccarichi elettrici). Tuttavia, si tratta di componenti tecnicamente diversi. Mentre gli interruttori hanno un dispositivo elettromagnetico, i fusibili funzionano per rottura di un conduttore elettrico che si surriscalda in caso di sovraccarico o di cortocircuito. Di conseguenza, i fusibili devono essere sostituiti dopo un cortocircuito o un sovraccarico, a differenza di quanto avviene per gli interruttori, che devono semplicemente essere riattivati fino a che l'intensità della corrente non ha raggiunto il livello di interruzione. Inoltre, un fusibile deve essere abbinato a un interruttore di sezionamento, che permette di lavorare in assenza di tensione quando si sostituisce il fusibile. Infine, anche se un fusibile è meno caro (all'atto dell'installazione) rispetto a un interruttore, necessita di manutenzione più accurata, in particolare per le sostituzioni, aspetto, questo, che determina costi totali più elevati. Considerate queste differenze e la maggiore facilità d'impiego degli interruttori, questi ultimi vengono utilizzati più frequentemente rispetto ai fusibili e nel lungo periodo tendono a sostituirsi ai fusibili.

182. Tenuto conto delle differenze tecniche tra fusibili e interruttori, le conseguenze che ne derivano per la manutenzione dei quadri elettrici e le differenze in termini di tecnologie di produzione fra queste due categorie di componenti, ci si potrebbe chiedere se sia necessario stabilire una distinzione fra questi due tipi di prodotti. Tuttavia, è una questione che può rimanere aperta, nella misura in cui non riguardi l'analisi dell'operazione sotto il profilo della concorrenza.

Distinzione fra famiglie di interruttori

183. Tra gli interruttori, è opportuno altresì distinguere fra interruttori a forte intensità, interruttori scatolati e interruttori miniaturizzati. Innanzitutto, sembra che ognuna di queste categorie di interruttori svolga una funzione diversa. Gli interruttori a forte intensità sono interruttori montati all'inizio di un impianto nei quadri generali a bassa tensione, mentre gli interruttori scatolati vengono installati soprattutto in uscita dei quadri generali o all'inizio ai sottoquadri e gli interruttori miniaturizzati sono montati in uscita dei sottoquadri o nei quadri terminali.

184. Come illustra la tabella 4 riportata sopra, queste specificità di utilizzo sono dovute alle differenze di prestazioni tra categorie di interruttori. I dati forniti dalle parti indicano altresì la presenza di differenze di prezzo significative tra le varie categorie. Il prezzo di cessione interna in seno al gruppo Schneider si colloca fra [1 000 e 5 000]* EUR per gli

interruttori a forte intensità³⁸, fra [1 000 e 5 000]* EUR per gli interruttori scatolati³⁹ e fra [0 e 50]* EUR per gli interruttori miniaturizzati⁴⁰.

185. È opportuno infine segnalare che tutti questi articoli vengono prodotti su linee diverse, e pertanto il fabbricante di un determinato tipo di interruttore non potrebbe riorientare la sua produzione verso altri prodotti e commercializzarli a breve termine.

Distinzione fra armadi e cassette

186. Dai dati forniti dalle parti emerge che è possibile fare una distinzione fra elementi di armadi per quadri generali, elementi di armadi per sottoquadri ed elementi di cassette per quadri terminali. Gli armadi e le cassette sono equipaggiamenti in lamiera o in plastica per proteggere i componenti elettrici integrati nei quadri di distribuzione a bassa tensione. Gli armadi e le cassette corrispondono al “rivestimento” del quadro elettrico e sono completati da “elementi del quadro” (guide di fissaggio DIN, barre in rame eccetera) che servono per il montaggio e il supporto dei componenti elettrici.
187. Secondo i dati trasmessi dalle parti, esistono pertanto differenze rilevanti tra i vari livelli di distribuzione. Da un lato, le cassette terminali (in plastica, dotate di guide DIN e ampiamente standardizzate) si distinguono nettamente dagli armadi (in metallo, in cui possono essere inseriti elementi specifici eccetera). Dall’altro, gli armadi utilizzati per i quadri generali di distribuzione si differenziano dagli armadi per quadri generali nella misura in cui, rispetto agli armadi per quadri generali che spesso prevedono elementi specifici realizzati dai quadristi, gli armadi utilizzati per i sottoquadri di distribuzione sono più standardizzati e l’attività dei quadristi si limita di solito all’assemblaggio di “kit” (serie Prisma per Schneider, serie Altis o MAS per Legrand) forniti dai fabbricanti. Inoltre, gli armadi per quadri generali devono rispondere a elevati requisiti tecnici (giustificati da vincoli elettromeccanici, da intensità di cortocircuito), che non devono invece rispettare gli armadi per sottoquadri.
188. Queste differenze si ritrovano anche a livello dell’offerta, poiché la standardizzazione degli armadi per sottoquadri e delle cassette terminali ha generalmente indotto i fabbricanti a dedicare loro mezzi specifici a elevata capacità di produzione, mentre gli armadi per quadri generali sono spesso realizzati con mezzi polivalenti a debole volume (per essere adattati alle esigenze particolari di ogni progetto).

Interruttori di collegamento

189. Oltre ai componenti descritti in precedenza, è opportuno segnalare la presenza di un’altra categoria di prodotti: gli interruttori di collegamento. Si tratta di dispositivi richiesti da Electricité de France (EDF) in Francia, nonché dal distributore di elettricità in Portogallo.
190. Gli interruttori di collegamento si distinguono dagli altri componenti per (i) una funzione differenziale che, oltre alla protezione dell’utente, permette al distributore di tutelarsi contro i furti di energia; (ii) una funzione tariffaria (misura del consumo) e (iii) una

³⁸ Allegato – risposta alla domanda 25 – questionario del 6 aprile 2001.

³⁹ Allegati – risposte alle domande 25 e 64 – questionario del 6 aprile 2001.

⁴⁰ Allegato – risposta alla domanda 64 - questionario del 6 aprile 2001. Nota d’argomentazione delle parti del 13.03.2001 - “Definizione del mercato dei prodotti sui segmenti 1, 2 e 4”.

funzione multitaratura che permette al distributore di elettricità di adeguare l'interruttore alle esigenze del cliente.

191. La vendita di questi dispositivi è suddivisa tra distributore di elettricità e installatori, rispettivamente due terzi e un terzo. Poiché si tratta di componenti che rispondono a una domanda particolare del distributore di elettricità, al momento non esistono prodotti intercambiabili. Inoltre, gli interruttori di collegamento non vengono inseriti nei quadri di distribuzione elettrica. Questi dispositivi formano quindi un mercato di prodotto rilevante distinto.

Conclusione

192. Alla luce di quanto suesposto, i mercati di prodotto rilevanti possono essere definiti in riferimento a ogni componente o a livello delle categorie di quadro. Tale questione può essere lasciata aperta, in quanto gli effetti sulla concorrenza sono simili, a prescindere dalla definizione che si prende in considerazione. Possono essere suddivisi come indicato in appresso:

Tabella 5

Livello dei gruppi finali	Livello dei componenti
Quadri generali	Armadi per quadri generali
	Interruttori a forte intensità
	Interruttori scatolati e/o fusibili per quadri generali
Sottoquadri	Interruttori scatolati e/o fusibili per sottoquadri
	Armadi per sottoquadri
	Interruttori miniaturizzati e/o fusibili per sottoquadri
Quadri terminali	Interruttori miniaturizzati e/o fusibili per quadri terminali
	Protezioni differenziali
	Cassette
Interruttori di collegamento	

B.1.4 Definizione dei mercati geografici per i quadri di distribuzione

Definizioni dei mercati geografici proposte dalle parti

193. Le parti ritengono che i mercati dei quadri di distribuzione a bassa tensione siano di dimensione europea⁴¹. In particolare, le parti spiegano che i costi di trasporto sono modesti (meno del [...] *% del costo dell'apparecchiatura), che la produzione è in generale organizzata sulla base di un numero limitato di unità di produzione in Europa e che il quadro normativo sarebbe armonizzato in Europa.

⁴¹ Occorre notare che le argomentazioni addotte dalle parti in particolare si basano sulla decisione della Commissione del 3 giugno 1999 nel caso IV/M.1434 - Schneider/Lexel in cui si ritroverebbe una tale definizione europea dei mercati geografici. È sufficiente sottolineare che questa decisione non si è pronunciata sulla portata esatta dei mercati geografici.

Analisi della Commissione

194. L'indagine approfondita condotta dalla Commissione conferma l'esistenza di mercati nazionali per i materiali utilizzati nei sottoquadri o nei quadri terminali. Questa conclusione si basa sui seguenti quattro elementi. Innanzitutto, esistono differenze significative tra prodotti venduti nei diversi Stati membri, per motivi che riguardano in particolare il quadro regolamentare o normativo in vigore in questi Stati membri, nonché consuetudini nazionali. In secondo luogo, i prezzi sono fissati a livello nazionale e per certi articoli i prezzi sono notevolmente diversi (anche il doppio) a seconda dello Stato membro. In terzo luogo, risulta che gli elementi determinanti del gioco di concorrenza, sia sul versante dell'offerta (collocazione dei marchi, accesso ai grossisti) sia su quello della domanda (struttura e aspettative dei clienti) dipendono da fattori essenzialmente nazionali (quali la concentrazione, la dimensione e la portata geografica dei grossisti, la percezione dei marchi e delle gamme da parte degli installatori e dei quadristi eccetera) che variano in misura rilevante da un paese all'altro. Infine, esistono notevoli barriere all'ingresso e all'espansione fra i vari paesi.
195. La dimensione nazionale dei mercati emerge d'altronde chiaramente dall'organizzazione stessa delle parti. Per esempio, i documenti strategici sono elaborati per paese. Lo stesso dicasi per le presentazioni agli investitori realizzate dalle parti. Come riassume Legrand⁴², "Legrand affronta livelli di concorrenza diversi, che dipendono dal mercato e dal tipo di prodotti venduti. I principali concorrenti di Legrand comprendono Hager e Entrelec in Francia, Gewiss e Vimar in Italia, MK Electric nel Regno Unito [...]*. Alcune multinazionali come General Electric, ABB, Siemens, Schneider e Matsushita entrano in concorrenza con Legrand in più di un mercato nazionale".

I tipi di prodotti venduti dai fabbricanti variano da un paese all'altro

196. I tipi di prodotti venduti possono variare notevolmente a seconda dello Stato membro. I dati forniti da Schneider, Legrand e diversi altri fabbricanti mostrano infatti che l'elenco dei 5 tipi di interruttori miniaturizzati più venduti varia in maniera significativa da uno Stato membro all'altro e che è difficile trovare un articolo di questo elenco in più di 3 Stati membri. Così, nell'elenco dei cinque tipi più venduti di interruttori miniaturizzati per quadri terminali fornito da Schneider e relativo ai 15 paesi del SEE, figurano 40 articoli, di cui [...] *venduti in Francia, [...] * in Italia, [...] * in Spagna, [...] * in Portogallo eccetera. Peraltro, solo due prodotti sono venduti in [...] * Stati (e nessuno in più di [...] * Stati) e [...] * di questi articoli compaiono in meno di cinque paesi. È possibile fare constatazioni analoghe per quanto riguarda le vendite degli interruttori miniaturizzati per sottoquadri e le vendite di interruttori differenziali. Si osserva lo stesso fenomeno per Legrand. Gli elenchi di Schneider sono spesso totalmente separati, come nel caso della Grecia e dell'Italia (per gli interruttori miniaturizzati per i sottoquadri) o della Spagna e del Belgio (per le protezioni differenziali). Per contro, gli interruttori scatolati sono in genere venduti nella maggior parte dei paesi (a prezzi che variano di conseguenza, come si illustrerà più avanti).
197. Questa situazione si spiega principalmente con la presenza di diversi livelli di regole o di consuetudini nazionali, che portano gli installatori e i quadristi a utilizzare materiali diversi a seconda del paese.

⁴² Legrand, modulo 20-F SEC.

198. In primo luogo, è opportuno segnalare l'esistenza di barriere normative fra Stati membri. Ad esempio, esistono "norme di impianto" diverse a seconda dello Stato membro. Tali disposizioni riguardano in particolare aspetti di sicurezza (messa a terra, interruzione del neutro, protezioni differenziali di certi locali a rischio eccetera). Queste norme sono obbligatorie e il loro mancato rispetto da parte degli installatori elettricisti è passibile di sanzioni penali. L'applicazione di queste norme comporta differenze per quanto riguarda i componenti dei quadri di distribuzione dell'elettricità a bassa tensione. Per esempio, gli interruttori venduti in Germania sono unipolari (interruzione della sola fase) mentre devono essere bipolari in Francia e in Italia (interruzione di fase e neutro). Allo stesso modo, un documento pubblicato dalla CEI⁴³ indica che certi paesi vietano l'uso di protezioni differenziali che non interrompono il neutro e che alcuni Stati membri limitano o vietano l'impiego di differenziali AC.
199. In secondo luogo, è opportuno altresì notare che i paesi non utilizzano in maniera uniforme tutti i regimi di neutro. Considerate le differenze di funzionamento fra i regimi di neutro, la scelta sarà spesso determinata dall'applicazione (continuità di servizio, presenza di una squadra di manutenzione, rischio di incendio) e dalla qualità delle prese di terra (e quindi della consistenza del suolo) in questione. Per quanto concerne le applicazioni residenziali, i paesi germanici tendono a preferire il regime TN, mentre i Paesi Bassi, la Danimarca e la Spagna applicano il regime TT e la Norvegia ha adottato il regime IT. Il regime di neutro può d'altronde essere imposto dal distributore di elettricità. È in particolare il caso della Francia, dove Electricité de France esige che gli impianti domestici siano in regime TT.
200. Tali decisioni influenzeranno la scelta dei componenti nei diversi paesi. Come indicato in precedenza, la scelta del regime di neutro determina il tipo di dispositivo di protezione delle persone. Il regime TT impone, per esempio, l'uso di differenziali, mentre il regime TN favorisce l'uso di interruttori e il regime IT richiede in genere l'installazione di controllori permanenti di isolamento. Ma la scelta del regime di neutro incide altresì sulle caratteristiche degli interruttori utilizzati, in particolare il loro numero di poli e la loro curva di intervento: il regime TT favorisce l'utilizzo di dispositivi bipolari e tetrapolari e curve C, i regimi TN privilegiano i dispositivi unipolari e tripolari e curve B, mentre il regime IT consente l'impiego solo di dispositivi bipolari e tetrapolari.
201. È opportuno inoltre segnalare che le norme tecniche relative ai quadri di distribuzione non sono totalmente armonizzate. Oltre al marchio "CE" obbligatorio in virtù delle direttive comunitarie pertinenti (in particolare la direttiva "bassa tensione"), è spesso necessario, per vendere un prodotto in un dato Stato membro, ottenere il marchio di qualità nazionale relativo al dispositivo in questione e rilasciato dall'ente nazionale di certificazione nel paese interessato.
202. I risultati dell'indagine condotta dalla Commissione mostrano che, se questo marchio di qualità non è obbligatorio per legge, è di solito richiesto dagli installatori e dai quadristi. Questo fenomeno è d'altronde confermato dal fatto che, nonostante il costo ([10 000 – 15 000]* EUR per 60 articoli) e la durata (3 mesi) significativi di ogni operazione di certificazione nazionale, quasi tutti gli interruttori e i differenziali di Schneider hanno più marchi di qualità. Questa situazione si evince anche dai documenti interni delle parti: documenti interni di Legrand⁴⁴ spiegano infatti che in Belgio "nonostante l'introduzione

⁴³ CEI 64/1167/CD fornito dalle parti a completamento della risposta alla domanda 320 del questionario del 6 aprile 2001.

⁴⁴ Legrand e BTicino, Piani a Medio Termine.

di una normalizzazione europea per gli installatori, il marchio di qualità CEBEC è imprescindibile”. Questi documenti evidenziano altresì che le principali barriere all’ingresso in Germania sono l’omologazione del VDE (l’ente di certificazione), gli standard e l’etichetta di qualità nazionali.

203. Oltre a criteri “obiettivi”, esistono infine consuetudini (di installazione, di scelta e di sezionamento dei circuiti) per ogni Stato membro che spesso assumono un ruolo importante nella scelta dei dispositivi. Per esempio, Schneider afferma che, in alcuni paesi come la Germania, spesso si collegano gli interruttori dal basso, mentre in altri paesi (Francia, Italia, Spagna) questi interruttori vengono alimentati dall’alto. Questa differenza è all’origine di prodotti (detti Triconnect) specificamente studiati per gli installatori tedeschi. Analogamente, i documenti interni di Legrand⁴⁵ indicano che in Belgio “la parte più consistente del mercato è costituita da interruttori [miniaturizzati] con un potere di interruzione di 3 kA”, mentre nella maggior parte degli altri paesi la scelta ricade preferibilmente su interruttori con un potere di interruzione di 4,5 kA o 6 kA. Infine, risulta che in Francia il neutro sia sistematicamente collegato a sinistra e non a destra come nella maggior parte degli altri Stati membri. Schneider propone d’altro canto prodotti studiati in modo specifico per soddisfare questa domanda, indicando il morsetto neutro a sinistra del dispositivo.
204. Il moltiplicarsi dei parametri che possono comportare il rispetto di specificità nazionali spiega il motivo per cui gli articoli più venduti variano da Stato a Stato. Un altro effetto può essere anche l’esistenza di prodotti appositamente adattati a certi Stati membri. Per esempio, i documenti interni di Legrand⁴⁶ indicano che in Austria, “[...]”*. Analogamente, documenti interni⁴⁷ di Schneider dimostrano che in Germania : “[...]”*.
205. In conclusione, come afferma un concorrente⁴⁸, “esistono usi e costumi locali e standard nazionali. Sono importanti e hanno un impatto decisivo sulle caratteristiche dei prodotti stessi”, ed è poco probabile che l’armonizzazione progressiva delle norme cambi in tempi brevi le condizioni del mercato. D’altro canto, secondo Legrand⁴⁹, “l’armonizzazione dei materiali a bassa tensione può comportare aperture per nuovi prodotti, sebbene la direzione di Legrand preveda che queste aperture di mercato avverranno a un ritmo lento”.
206. Nella loro risposta, le parti contestano le differenze fra Stati membri. Sottolineano in particolare che, benché i prodotti venduti presentino differenze minime riguardo alle caratteristiche commerciali (dovute in particolare a marchi diversi), a seconda dello Stato membro, l’elenco dei 5 prodotti più venduti varia poco da un paese all’altro sulla base delle composizioni industriali identiche ed è frequente trovare un articolo che fa parte di questo elenco nella maggior parte degli Stati membri. Per esempio, i 40 articoli di interruttori miniaturizzati di Schneider corrisponderebbero soltanto a [0 – 20]* composizioni industriali, di cui [0 – 20]* sono vendute in più di 9 Stati membri; analogamente, i 25 tipi di differenziali di Legrand rappresenterebbero in effetti soltanto

⁴⁵ BTicino, Piano a Medio Termine.

⁴⁶ Legrand e BTicino, Piani Medio Termine.

⁴⁷ Schneider, Piano triennale (2001-2002-2003), Stato/Zona: Germania.

⁴⁸ Gewiss, risposta al questionario di fase I.

⁴⁹ Legrand, modulo 20-F SEC.

[0 – 20]* composizioni industriali diverse, di cui [0 – 20]* sono vendute in almeno 6 Stati membri.

207. Più in generale, le parti ritengono che le norme di installazione e i marchi di qualità nazionali non impongono di per sé alcuna modifica particolare dei prodotti e fanno altresì presente che tutti i regimi di neutro sono di solito impiegati in tutti i paesi (anche se in proporzioni molto variabili).
208. La Commissione ammette che, da un punto di vista industriale, possono esistere differenze relativamente minori fra più articoli. Per esempio, alcuni interruttori miniaturizzati si differenzieranno da altri soltanto per l'identificazione del polo del neutro (a sinistra, conformemente alle abitudini in uso sul mercato francese), o persino solo perché sono caratterizzati da marchi di qualità diversi. La Commissione accoglie altresì l'argomentazione secondo cui le norme di installazione o i marchi di qualità non incidono sempre in misura rilevante sulla produzione dei materiali in questione. Per esempio, gli strumenti di produzione di Schneider e di Legrand sono integrati a livello europeo.
209. Tuttavia, la Commissione ritiene che questi elementi non siano così significativi ai fini dell'analisi. Infatti, le argomentazioni addotte dalle parti riguardano esclusivamente la produzione dei materiali. Ora, la produzione dei materiali rappresenta soltanto una parte dell'offerta. Come già indicato in precedenza, la posizione concorrenziale dei fabbricanti non dipende solo dalla loro produzione, ma anche dalla forza e dalla percezione dei loro marchi, della loro disponibilità presso i principali grossisti nazionali e dei loro investimenti promozionali e relazionali con gli installatori e i quadristi. Limitandosi a un approccio di semplice fabbricante, le parti trascurano pertanto elementi fondamentali dell'offerta.
210. D'altra parte, e in misura maggiore, le parti ignorano i limiti legati alla domanda. Per esempio, non rimettono in discussione l'elemento essenziale della presente sezione, ovvero che la presenza di regimi di neutro, di consuetudini e di norme nazionali di installazione, nonché di marchi di qualità nazionali portino al delinearsi di una domanda specifica in ogni paese. Le parti sono d'altronde disposte ad ammettere, nella loro risposta, che le specificità nazionali portano a scegliere articoli diversi. Il fatto che questa specificità si traduca poi nell'uso di prodotti specifici (come le serie Triconnect in Germania), in un marchio di qualità nazionale o più semplicemente ancora nella scelta di articoli propri (interruttori miniaturizzati e sottoquadri unipolari e tripolari in Svezia e Danimarca, o bipolari e quadripolari in Francia e Italia) non riveste di per sé importanza fondamentale. Conta piuttosto che i clienti di ogni paese adottino un comportamento specifico riguardo all'acquisto che renda molto limitata l'autonomia della domanda rispetto alle differenze dei prezzi praticati dai fabbricanti.

Gli elementi determinanti del gioco della concorrenza sono definiti su base nazionale

211. Come indicato in precedenza, la posizione concorrenziale dei vari fabbricanti verrà in gran parte determinata (i) dalla loro capacità di fidelizzare gli installatori e i quadristi al loro marchio e, pertanto, di soddisfare le loro aspettative e (ii) dal loro accesso ai grossisti, almeno per gli Stati membri in cui questi ultimi sono sufficientemente affermati.

La forza e la percezione dei marchi variano da paese a paese

212. I risultati dell'indagine evidenziano che, per soddisfare i criteri di scelta degli installatori e dei quadristi, i fabbricanti devono offrire prodotti sicuri e di buona qualità, facili da montare e sempre disponibili presso i grossisti. Ora, questi fattori dipendono in larga misura dalle percezioni nazionali.
213. La percezione dei prodotti varia da uno Stato membro all'altro. Infatti, come indicato in precedenza, fra i vari Stati membri esistono differenze significative in termini di norme e usi. Queste differenze determinano la scelta di materiali diversi. Inoltre, queste scelte rispondono anche a considerazioni diverse dei criteri di valutazione. Per esempio, i prodotti Legrand sono in genere percepiti come articoli di buona qualità, ma cari. Documenti interni⁵⁰ mostrano che [...]*. Gli installatori possono altresì attribuire un'importanza più o meno grande all'innovazione. Per esempio, se Legrand⁵¹ ritiene che questo fattore basi la propria posizione concorrenziale su [...]*, risulta poco interessante al [...]*, che si traduce in [...]*. Allo stesso modo, documenti interni⁵² evidenziano che [...]*.
214. La disponibilità dei prodotti, che assume un ruolo significativo nella decisione dei clienti, dipende anche dalle specificità nazionali (cioè l'accesso ai grossisti nazionali e la catena logistica nazionale dei fabbricanti). Secondo documenti interni⁵³, [...]*, la disponibilità dei suoi prodotti sembra al contrario rappresentare uno dei punti di forza in [...]*. Del pari, Schneider⁵⁴ considera che in [...]*, “la logistica è un fattore chiave di successo [...]*”.
215. Come indicato in precedenza, gli installatori sono in genere fedeli al marchio che sono soliti utilizzare (nella misura in cui sia immediatamente disponibile e risponda alle esigenze del caso). Per fidelizzare la loro clientela, i fabbricanti affrontano d'altronde cospicui investimenti promozionali e relazionali, che sono direttamente mirati ai bisogni degli installatori e dei quadristi. Le parti dimostrano così che garantiscono una presenza commerciale presso il cliente per aiutarlo nella scelta dei prodotti e che gestiscono reti di agenzie e di punti vendita in ogni paese. Le parti propongono altresì tutta una serie di prodotti e di servizi che rafforzano la vicinanza e i rapporti con gli installatori. Si tratta, per esempio, per quanto riguarda i prodotti, di software di quantificazione e dimensionamento degli impianti elettrici o di guide tecniche e, per i servizi, di cicli di formazione (per Legrand), di assistenza telefonica in linea, di risposte alle domande tecniche eccetera. Come detto, questi investimenti possono rappresentare fino al [0 – 30]*% del fatturato dei marchi.
216. La percezione di un marchio dipenderà pertanto non solo dalla collocazione dei suoi prodotti, ma anche dall'importanza e dall'efficacia degli investimenti relazionali e promozionali realizzati a livello di ogni paese. Ora, le forze commerciali sono organizzate su una base nazionale e gli sforzi promozionali sono generalmente definiti per singolo paese e il loro volume (e anche la proporzione delle vendite che

⁵⁰ Legrand e BTicino, Piani a Medio Termine.

⁵¹ Legrand e BTicino, Piani a Medio Termine.

⁵² Schneider, Piano triennale (2001-2002-2003).

⁵³ Legrand e BTicino, Piani a Medio Termine.

⁵⁴ Schneider, Piano triennale (2001-2002-2003).

rappresentano) può essere sensibilmente diverso da uno Stato membro all'altro. Il volume delle azioni commerciali intraprese da Schneider sul settore dei sottoquadri varia così in un rapporto di [0 – 20]* fra Stati membri e la proporzione di fatturato rappresentata da queste azioni oscilla in un margine di [0 – 40]*.

217. Le posizioni concorrenziali dei fabbricanti continueranno quindi a essere fortemente contraddistinte dall'eredità del passato. La struttura e la concentrazione dell'offerta e le rispettive posizioni dei diversi produttori potranno pertanto essere differenti a seconda dello Stato membro. Questo fenomeno deriva chiaramente dalla presenza di marchi nazionali (quali Vinckier⁵⁵ in Belgio o Baco⁵⁶ in Francia) e dalle forti variazioni a livello nazionale delle quote di mercato dei produttori. Nei sottoquadri, Schneider è un'impresa particolarmente ben affermata in Francia ma resta debole in Germania e in Austria; ABB, che detiene posizioni forti in Svezia e in Norvegia, è quasi assente in Belgio e nel Regno Unito e Siemens, che detiene quote di mercato significative in Germania, rappresenta una parte marginale delle vendite in Francia. Quest'analisi è ampiamente confermata dai documenti interni delle parti.

La struttura e le aspettative della domanda variano da un paese all'altro

218. Le diverse percezioni e posizioni dei marchi a seconda del paese sono altresì riconducibili alle notevoli oscillazioni della domanda a livello nazionale. I documenti interni⁵⁷ delle parti evidenziano infatti notevoli differenze fra i vari paesi per quanto riguarda la formazione e il comportamento degli installatori e dei quadristi. Gli installatori belgi si dimostrano, per esempio, relativamente restii a utilizzare componenti a maggiore valore aggiunto, mentre gli installatori tedeschi stanno diventando “fortemente tecnici” e quelli italiani richiedono servizi di formazione e di sostegno per adeguarsi alla crescente tecnicità del loro lavoro.
219. D'altro canto, come indicato in precedenza, la domanda finale deriva da tre tipi di applicazioni (i siti industriali, gli edifici terziari e gli edifici residenziali) e la posizione dei fabbricanti può variare da una categoria di cliente all'altra. Ora, questi tre settori a valle registrano un'evoluzione diversa in ogni paese. I documenti interni⁵⁸ delle parti indicano, per esempio, che l'Austria dovrebbe godere di una forte crescita della domanda industriale ma attraversare una fase di stagnazione nella costruzione di nuovi edifici, mentre il Regno Unito e il Portogallo hanno la situazione opposta e la domanda in Grecia dovrebbe essere sostenuta dalla crescita del settore terziario.
220. Emerge altresì che il comportamento e le aspettative dei grossisti possono variare in misura rilevante tra i vari Stati membri. Per esempio, l'indagine stabilisce con chiarezza che il livello di concentrazione dei grossisti oscilla in maniera molto sensibile da un paese all'altro e che gli acquisti dei grossisti sono organizzati su base nazionale. È quanto illustra la tabella 6 riportata di seguito che riproduce i livelli di concentrazione per Stato secondo le stime delle parti per le vendite di quadri generali, sottoquadri e quadri terminali.

⁵⁵ Di GE.

⁵⁶ Di Legrand.

⁵⁷ Legrand, Piani a Medio Termine.

⁵⁸ Legrand, Piani a Medio Termine.

Tabella 6: Stima di Schneider delle quote di mercato dei cinque gruppi di grossisti internazionali sui mercati dei quadri di distribuzione elettrica

	Rexel	Sonepar	Hagemeyer	Solar	Edmundson
Germania	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	-
Austria	[30-40]*	-	-	-	-
Belgio	[10-20]*	[10-20]*	-	-	-
Danimarca	-	[0-10]*	-	[0-10]*	-
Spagna	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-	-
Finlandia	-	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Francia	[40-50]*	[30-40]*	-	-	-
Irlanda	[0-10]*	-	[0-10]*	-	[0-10]*
Italia	[0-10]*	[0-10]*	-	-	-
Norvegia	-	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Paesi Bassi	[0-10]*	[30-40]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Portogallo	[30-40]*	[0-10]*	-	-	-
Svezia	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	-
Regno Unito	[0-10]*	-	[20-30]*	-	[10-20]*

Fonte: e-mail delle parti del 16 luglio 2001.

221. Dai documenti interni delle parti emerge altresì che l'organizzazione dei grossisti può avere notevoli ripercussioni sul gioco di concorrenza tra fabbricanti. Risulta per esempio che nei paesi in cui i grossisti sono diffusi capillarmente su tutto il territorio, come nel caso del Portogallo o della Spagna, la concorrenza fra questi venditori comporti una guerra dei prezzi che si ripercuote fino al livello dei fabbricanti. Come indicato da un documento interno ⁵⁹ di Legrand, “[...]”.
222. Inoltre, l'indagine della Commissione ha rivelato che i grossisti sono organizzati su una base nazionale, o addirittura infranazionale. Anche i grandi gruppi internazionali, quali Rexel, Sonepar e Hagemeyer, hanno un'organizzazione fortemente decentralizzata che lascia ampia autonomia alle loro controllate nazionali e locali. Nella maggior parte dei casi, la holding centrale del gruppo è una struttura leggera che accentra soltanto le funzioni di commercializzazione, di contabilità e di verifica contabile a livello del gruppo, nonché di controllo della gestione. Questa struttura decentrata è abbinata a un'organizzazione logistica che è nazionale e che non è studiata per operare a livello transfrontaliero. Le insegne di un determinato paese sono quindi fornite da circuiti nazionali di logistica. L'organizzazione nazionale dei grossisti si riflette anche nella natura dei loro rapporti con i fabbricanti. Infatti, anche i gruppi di dimensione internazionale organizzano su base nazionale, se non locale, i loro contratti di acquisto con i fabbricanti.
223. Dall'indagine della Commissione è infatti emerso che le trattative commerciali tra fabbricanti e grossisti, in particolare per quanto concerne la scelta dei fornitori, la definizione delle gamme di prodotti acquistate e vendute, nonché la fissazione del livello dei prezzi e degli sconti, avvengono quasi interamente al livello nazionale o regionale. Come indica un grande grossista⁶⁰ “da quanto ne sappiamo, non esiste alcun listino prezzi a livello di SEE a partire dal quale sarebbero negoziati sconti e riduzioni.

⁵⁹ Legrand, Piani a Medio Termine.

⁶⁰ Hagemeyer, risposta al questionario della seconda fase.

Qualsiasi termine è invece discusso a livello di ogni paese”. Un fabbricante⁶¹ conferma altresì che “per tutti i prodotti in questione, le tariffe sono adottate e gli sconti sono concessi su base nazionale”. Questo meccanismo è proprio anche delle parti.

224. Secondo Schneider, la determinazione dei prezzi di vendita dei suoi prodotti presso i grossisti avviene a un duplice livello. Innanzitutto, i fabbricanti applicano una tariffa nazionale. Successivamente, negoziano con ogni grossista una politica di sconto individuale e calcolata sulla base della tariffa nazionale. Questi sconti possono talvolta superare il [30-60]*% del prezzo di catalogo e sono concessi per linea di prodotti.
225. Occorre nondimeno segnalare gli sconti applicati sull’insieme del volume di acquisto che alcuni fabbricanti internazionali negoziano con le società madri di certi gruppi di grossisti internazionali. Tuttavia, sia i grossisti sia i fabbricanti hanno fatto presente alla Commissione che un produttore che intenda accedere a un mercato nazionale o svilupparvi una presenza marginale non può accontentarsi di negoziare accordi con la società madre di un gruppo internazionale di grossisti se vuole che questi prodotti siano effettivamente distribuiti in modo più adeguato in questo Stato. Dovrà altresì, e soprattutto, convincere la controllata nazionale e le controllate locali di questo gruppo a costituire scorte di suoi prodotti.
226. A parte quest’unica eccezione, le direzioni dei gruppi di grossisti lasciano alle loro controllate nazionali o locali una libertà estremamente ampia nella scelta dei fornitori, delle gamme di prodotti di cui costituire scorte, nella realizzazione di azioni commerciali specifiche in collaborazione con un determinato fabbricante e anche nella negoziazione di sconti supplementari con i produttori. Per contro, i fabbricanti sottoscrivono accordi specifici con le controllate locali o con i depositi dei grossisti che determineranno impegni reciproci riguardo alla vendita e all’acquisto dei prodotti. Contrariamente a quanto sostengono le parti, la maggiore concentrazione dei grossisti (che varia peraltro significativamente a seconda dello Stato membro) non rimette pertanto in discussione il funzionamento nazionale dei mercati.

I prezzi sono determinati a livello nazionale e variano notevolmente a seconda del paese

227. Dall’indagine della Commissione emerge che i prezzi presentano differenze rilevanti a seconda dello Stato membro. Da un esame delle tariffe europee di Schneider si nota per esempio che lo stesso interruttore scatolato è venduto a [40-80]* EUR in [...] e a [130-170]* EUR in [...] e che una protezione differenziale è offerta a [10-50]* EUR in [...] e a [40-80]* EUR in [...]. Dalla stessa analisi emerge altresì che, per quanto concerne Legrand, la stessa cassetta modulare è venduta a [0-40]* EUR in [...] e a [10-50]* EUR in [...] e lo stesso interruttore miniaturizzato è proposto a [0-40]* EUR in [...] e a [0-40]* EUR in [...]. Queste differenze sono anche confermate da documenti interni delle parti⁶², che rivelano che, per quanto riguarda gli interruttori miniaturizzati in Francia, “i prezzi medi restano molto elevati rispetto agli altri paesi”.
228. Le tabelle 7 e 8 riportate di seguito indicano i prezzi medi per gli interruttori scatolati per sottoquadri e interruttori differenziali per quadri terminali. Si possono osservare variazioni sostanziali di prezzo. Si ottengono risultati analoghi procedendo a un raffronto

⁶¹ GE, complemento alla risposta del questionario della seconda fase II.

⁶² Legrand, Piani a Medio Termine.

dei prezzi per gli altri componenti dei sottoquadri o dei quadri terminali e dei prezzi indicati dagli altri fabbricanti.

Tabella 7: Prezzi, fatturati da Schneider, relativi (base 100 in Francia) agli interruttori scatolati per sottoquadri

Interruttori scatolati	Ger.	Aust.	Bel.	Dan.	Spa.	Finl.	Fra.	Grecia	Irl.	Italia	NL	Nor.	Port.	Svezia	UK
[...]*	***	**	**	**	**	**	100	**		**	**	**	**	**	**
[...]*	*****	***	***	***	**	**	100	**	**	****	**	***	***	***	****
[...]*	****	**	***	**	***	**	100	**	**	***	***	***	***	**	**
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	*****		**	**	*	**	**
[...]*	*****	***	***	***	***		100	**		**	***	**	***	**	***
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	**	***	***	**	**	**	***
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**		**	**	**	**	**
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**	****	***	**	****	**	**
[...]*	****	***	***	**	***		100	**		**	***		***		

Fonte: e-mail delle parti del 24 giugno 2001.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

Tabella 8: Prezzi, fatturati da Schneider, relativi (base 100 in Francia) agli interruttori differenziali per quadri terminali

R C D	Ger.	Aust.	Bel.	Dan.	Spa.	Finl.	Fra.	Grecia	Irl.	Italia	NL	Norv.	Port.	Svezia	UK
-------	------	-------	------	------	------	-------	------	--------	------	--------	----	-------	-------	--------	----

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

Fonte: messaggio elettronico delle parti del 24 giugno 2001.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

229. Il fatto che esistano e permangano queste differenze di prezzo fra i singoli componenti da integrare nei sottoquadri e nei quadri terminali spiega la difficoltà che deve caratterizzare la domanda al momento di procedere ad arbitrati fra gli Stati membri. La difficoltà apparente degli arbitrati dei prezzi nei vari paesi si può imputare in particolare alla scarsa sensibilità ai prezzi della domanda finale, riflessa dalla fedeltà al marchio. Contraddice altresì l'approccio proposto dalle parti riguardo alle soluzioni, poiché non sembra neanche che vi siano arbitrati in questo settore fra i diversi Stati membri. Detta difficoltà ad ottimizzare commercialmente le variazioni di prezzo è anche confermata dai grossisti che spiegano che la loro organizzazione logistica nazionale non è favorevole a tale operazione. Inoltre, la necessità di essere sempre in grado di rifornire gli installatori e i quadristi in tempi strettissimi limita il loro ricorso ad arbitrati per loro natura aleatori in termini di fonti di prodotti.

230. Le parti insistono nondimeno sull'esistenza di una tendenza verso prezzi paneuropei omogenei. In un documento interno⁶³, per esempio, Schneider afferma che "l'arrivo dell'euro nel 2002 [...] porta [Schneider] ad armonizzare le tariffe europee e a evitare le differenze fra i paesi" e che "[i grandi clienti] non accettano più di essere trattati diversamente a seconda del paese [...]".

231. [...]*

232. Questo documento, citato da Schneider come prova dell'esistenza di mercati geografici comunitari, corrobora pertanto l'importanza delle differenze di prezzo attualmente osservate. Segnala altresì che, nonostante l'introduzione dell'euro, potranno continuare ad esserci notevoli differenze da uno Stato membro all'altro almeno fino al [2004-2005]*. Il documento conferma infine che i prezzi sono fissati a un livello nazionale, poiché, secondo quanto riporta il testo, sono "i paesi" che "collocano i loro prezzi

⁶³ Schneider, La convergence tarifaire européenne.

rispetto alla [tariffa di riferimento]*” e ad “adattare le loro posizioni tariffarie e le loro strutture di riduzioni”.

233. Le parti ritengono che l’analisi dei prezzi per componente non sia pertinente per il cliente, poiché il mercato si determinerebbe in funzione della prestazione tecnico-economica della soluzione. Le parti fanno altresì presente che da analisi di prezzi di tipo “soluzione completa” emerge una convergenza, almeno dal momento in cui si escludono i mercati nazionali meno importanti che corrispondono alle frontiere esterne dell’Unione europea e/o quelli entrati recentemente nell’Unione stessa.
234. Le argomentazioni delle parti sono contraddette dai loro stessi dati relativi ai prezzi per soluzioni medie, come illustrato dalle tabelle 9 e 10 riportate di seguito. Queste tabelle dimostrano in effetti variazioni sostanziali di prezzo fra gli Stati che non sembrano ridursi con gli anni. Occorre notare che le variazioni di prezzo che figurano in queste tabelle sono minori rispetto a quelle indicate per i componenti, il che è senz’altro dovuto alle operazioni contabili che le parti hanno effettuato sui dati di partenza: i prezzi dei componenti.

Tabella 9: Vendite (prezzi relativi) in franchi correnti di una “soluzione media” per i sottoquadri

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Germania	**	**	**	**	**	**	**
Austria	**	**	**	**	**	**	**
Belgio	**	***	***	***	***	***	***
Danimarca	**	**	**	**	**	**	**
Spagna	**	**	**	**	**	**	**
Finlandia	**	**	**	**	**	**	**
Francia	**	**	***	***	**	**	**
Irlanda	**	**	**	**	**	**	**
Italia	**	**	**	**	**	**	**
Norvegia	**	**	**	**	**	**	**
Paesi Bassi	***	**	**	**	**	**	**
Portogallo	**	**	**	***	***	***	**
Svezia	**	**	**	**	**	**	**
Regno Unito	**	**	**	**	**	**	***

Fonte: risposta delle parti al questionario della Commissione del 28 febbraio 2001.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

Tabella 10: Vendite (prezzi relativi) in franchi correnti di una “soluzione media” per i quadri terminali

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Germania	***	***	**	**	**	**	**
Austria	**	**	**	**	**	**	**
Belgio	**	**	**	**	**	**	**
Danimarca	**	**	**	**	**	**	**
Spagna	**	**	**	**	**	**	**
Finlandia	**	**	**	**	**	**	**
Francia	***	***	***	***	***	**	**
Irlanda	**	**	**	**	**	**	**
Italia	**	**	**	**	**	**	**
Norvegia	**	**	**	**	**	**	**
Paesi Bassi	***	**	**	**	**	***	***
Portogallo	**	**	**	**	**	**	**
Svezia	**	**	**	**	**	**	**
UK	**	**	**	**	**	**	***

Fonte: risposta delle parti al questionario della Commissione del 28 febbraio 2001.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

235. Pertanto, la Commissione non può accogliere l’analisi esposta dalle parti secondo cui un esame dei prezzi di soluzioni dimostrerebbe l’esistenza di un mercato europeo. Innanzitutto, essa rileva che le parti non negano che i prezzi presentino differenze notevoli e ammettono che, se convergenza c’è, questa non riguarda tutti gli Stati membri. In secondo luogo, la Commissione ritiene che un’eventuale convergenza dei prezzi (che non corrisponde ai fatti) non permetta di per sé di desumere l’esistenza di un mercato unico: l’eventuale assorbimento delle differenze di prezzo fra gli Stati membri dipende molto di più dalla rapidità della convergenza che dalla sua semplice esistenza. Ora, i documenti interni di Schneider citati in precedenza indicano che la convergenza dei prezzi dei componenti avverrà solo lentamente. Infine, e soprattutto, la Commissione non può accogliere il parere delle parti secondo cui l’analisi al livello dei componenti non è pertinente. I prezzi delle soluzioni dipendono in larga misura dal prezzo dei componenti che vi sono integrati. Ne consegue che, se esistono differenze di prezzo fra componenti, lo stesso avverrà al livello di certi quadri.

236. Nella loro risposta, le parti non contestano l’esistenza di differenze di prezzo per componente. Per contro, ritengono che i dati disponibili attestino l’esistenza di una rapida convergenza, accelerata dall’introduzione dell’euro e dallo sviluppo dei portali Internet e dimostrata dalla progressiva comparsa di una tariffa europea di riferimento presso Schneider. Ritengono altresì che, ad ogni modo, la differenza di prezzo non sia

che uno dei fattori da prendere in considerazione per definire il mercato geografico rilevante.

237. La Commissione non può accogliere le argomentazioni addotte dalle parti riguardo a una rapida convergenza dei prezzi. Da un lato, le tabelle riportate in precedenza, che mostrano l'esistenza di differenze di prezzo talvolta considerevoli, non indicano in alcun caso il rapido delinearsi di una convergenza a livello comunitario. Anche prendendo in considerazione la "soluzione media" presentata dalle parti, i dati che figurano nella tabella 10 mostrano, per esempio, che nel 1994 in Germania questa soluzione era in media più cara del [40-60]*% rispetto all'Austria e che nel 2000 è più cara del [40-60]*% in Germania che in Austria. Un'analisi a livello di singoli componenti porterebbe agli stessi risultati. E, d'altro canto, sembra che, nonostante l'elaborazione di una tariffa europea di riferimento per Schneider, a medio termine potrebbero comparire differenze di prezzo di catalogo superiori a [0-20]*% per lo stesso prodotto venduto in due paesi vicini. Tali differenze potranno essere ulteriormente accentuate dall'applicazione di apposite politiche di sconto e di riduzioni per ogni singolo paese che non sono oggetto di tentativi di armonizzazione.

238. La Commissione accoglie in modo positivo l'argomentazione delle parti secondo cui la differenza di prezzo non rappresenta che uno degli elementi da prendere in considerazione i fini della definizione del mercato geografico rilevante. Tuttavia, nel caso di specie, questo criterio sembra da solo essere sufficiente all'analisi. Infatti, come si potrebbe spiegare che articoli identici, prodotti nello stesso stabilimento e distribuiti dalla stessa rete logistica e per i quali i costi di trasporto sono minimi, possano essere venduti a prezzi che spesso si triplicano da uno Stato membro all'altro? La presenza di siffatte differenze per prodotti simili conferma, quasi da sola, che non esistono effettive possibilità di ottimizzazione dei prezzi fra due Stati membri. Il persistere di queste differenze dimostra l'assenza di condizioni di concorrenza omogenee nel mercato comune.

239. Ad ogni modo, la Commissione ritiene che l'analisi dell'offerta e della domanda, quale effettuata nelle altre parti della presente sezione, confermi, se ve ne fosse ancora bisogno, il carattere nazionale risultante dall'esame dei prezzi.

Presenza di forti ostacoli nazionali all'ingresso

240. Le considerazioni suesposte indicano che esistono forti barriere all'ingresso da un paese in un altro. Per inserirsi in un dato paese, non è sufficiente disporre di "soluzioni" in un altro Stato. Occorre in effetti superare il "conservatorismo" degli installatori per creare una domanda, per accedere ai grossisti e (per i materiali dei quadri terminali) per ottenere i marchi di qualità nazionali. L'accesso ai grossisti dipende dalla domanda degli installatori che a sua volta dipende dalla disponibilità di prodotti e quindi dall'accesso ai grossisti; l'operazione può richiedere ingenti investimenti a fondo perduto, soprattutto qualora esistano marchi già consolidati.

Interruttori di collegamento

241. Gli interruttori di collegamento rispondono a specifiche nazionali in Portogallo e in Francia. Per questo motivo, il mercato geografico rilevante ha dimensione nazionale.

Conclusion

242. Alla luce di quanto esposto in precedenza, la Commissione perviene alla conclusione che si sia in presenza di mercati nazionali per i componenti di sottoquadri e di quadri terminali e per gli interruttori di collegamento. Secondo quanto sintetizza un fabbricante, tutti i segmenti dovrebbero essere analizzati su base nazionale. Innanzitutto, le norme e le consuetudini nazionali differiscono notevolmente da una paese all'altro. In secondo luogo, considerata la struttura verticale (cliente finale / installatore / grossista / produttore), i mercati nazionali sono molto stabili. Pertanto quand'anche un produttore fosse in grado di convincere un grossista ad inserire nel listino i suoi prodotti oltre ai marchi già presenti (e quindi, in fin dei conti, ad aumentare il numero dei suoi fornitori), non riuscirebbe comunque a convincere gli installatori locali a scegliere i suoi prodotti.
243. Nella loro risposta, le parti contestano questa definizione e ritengono in particolare che la Commissione non abbia considerato in maniera adeguata l'armonizzazione del quadro normativo, i limitati costi di trasporto e l'organizzazione comunitaria della produzione.
244. La Commissione riconosce di buon grado questi tre fenomeni. Ciononostante, ritiene che non rimettano affatto in discussione la definizione dei mercati geografici rilevanti. Come indicato in precedenza, il quadro normativo è soltanto uno degli elementi della domanda e non sembra svolgere un ruolo fondamentale, considerata l'importanza preponderante ancora attribuita alle consuetudini e ai marchi di qualità nazionali. Ad ogni modo, l'armonizzazione del quadro normativo non ha portato a una convergenza dei prezzi dei materiali, situazione, questa, che avrebbe dovuto verificarsi se si fosse stati in presenza di un forte ostacolo agli scambi. Del pari, l'organizzazione europea della produzione e i limitati costi di trasporto non rimettono in discussione il carattere nazionale dei mercati, poiché quest'ultimo deriva piuttosto dalla specificità nazionale della domanda e, per quanto concerne l'offerta, dalla percezione dei marchi e dalle modalità di fissazione dei prezzi.
245. La definizione dei mercati geografici per i materiali per quadri generali può, invece, essere lasciata aperta poiché, considerata l'assenza di Legrand in questo settore, l'operazione non avrebbe l'effetto di ostacolare la concorrenza in misura significativa nel SEE o in una parte sostanziale di quest'ultimo.

B.2 Canalizzazioni elettriche prefabbricate e supporti per cavi

B.2.1 Definizione dei mercati di prodotti

246. Le parti definiscono un mercato di prodotti che comprende, da un lato, i "supporti per cavi" e, dall'altro, le "canalizzazioni elettriche a conduttori integrati" denominate anche "canalizzazioni elettriche prefabbricate" (in prosieguo "canalizzazioni prefabbricate").
247. Un supporto per cavi è un gruppo prefabbricato che costituisce una canalina continua in lamiera forate o passerelle. Serve a sostenere conduttori, in alluminio o in rame, isolati che trasportano la corrente elettrica in un edificio. Le parti spiegano che i supporti per cavi sono installati soprattutto sotto al pavimento, in guaine metalliche e nei controsoffitti degli edifici. I materiali solitamente utilizzati per la realizzazione delle canaline e delle passerelle sono l'acciaio, l'alluminio, il PVC, il poliestere e i tralicci metallici. Questi prodotti sono disponibili in una gamma di dimensioni estremamente ampia, da 50 a 600 mm di larghezza, da 50 a 100 mm di altezza e da 1 a 3 m di lunghezza.

248. L'intensità di corrente che può essere trasportata dai cavi installati su supporti è direttamente proporzionale alle caratteristiche tecniche e al numero di questi cavi. Le parti spiegano⁶⁴ che non controllano la potenza elettrica trasportata sui loro supporti. Si impegnano riguardo a una tenuta meccanica e non alla quantità di ampere che circolano nei cavi, che possono essere di tutti i tipi, diametri e peso. I supporti per cavi possono essere installati in orizzontale e in verticale in tutto l'edificio, fra i quadri generali, i sottoquadri e i quadri terminali. Maggiore è la potenza distribuita e quindi maggiore è il peso dei cavi (sezione del conduttore), più le soluzioni impiegate dovranno essere robuste. Ad esempio, le passerelle a traversini in metallo vengono utilizzate fra il quadro generale e i sottoquadri, mentre le passerelle forate sono impiegate per lo più fra sottoquadri e quadri terminali. In misura minore, grigliati in traliccio saldato o passerelle forate metalliche potranno essere utilizzate a valle del quadro terminale per alimentare una macchina.
249. Una canalizzazione prefabbricata è composta da un insieme di conduttori, in rame o in alluminio, montati in una guaina costituita da materiali isolanti e installati in un involucro metallico, in genere in acciaio galvanizzato. Una canalizzazione prefabbricata è costituita dall'assemblaggio di diversi componenti. Fra il quadro elettrico e la canalizzazione prefabbricata in senso stretto è installata una scatola di alimentazione che garantisce l'alimentazione elettrica. La linea stessa è composta dall'assemblaggio di vari elementi di lunghezza compresa di solito fra i 3 e i 5 metri. Questi elementi comportano diversi piani sovrapposti su cui vengono montati i conduttori. A distanze regolari sono installate anche scatole di derivazione. In queste scatole vengono collocate le cassette di derivazione al fine di derivare la corrente elettrica verso uno o più ricettori, chiamati "cariche". Per garantire il passaggio dei connettori e la continuità della canalizzazione in corrispondenza degli angoli dei muri vengono impiegati gomiti flessibili, solitamente in plastica. Fascette permettono di collegare due elementi fra di loro. Infine, all'estremità finale della canalizzazione è inserito un manicotto di chiusura. Le dimensioni di una canalizzazione prefabbricata variano a seconda dell'intensità della corrente trasportata. Secondo le parti, una canalizzazione elettrica può garantire il trasporto di corrente di intensità compresa fra i 20 e 5 000 A⁶⁵.
250. Le canalizzazioni prefabbricate possono svolgere quattro diverse funzioni. In una configurazione pesante, chiamata "collegamento", garantiscono il collegamento fra il trasformatore a media tensione o bassa tensione e il quadro generale. Si tratta di una configurazione di breve lunghezza, inferiore ai 10 metri, in cui l'intensità della corrente trasportata è forte ed è compresa fra i 1 600 e i 4 000 A. In una configurazione più leggera, chiamata "trasporto", le canalizzazioni prefabbricate garantiscono il trasporto della corrente dal quadro generale verso i sottoquadri. Quest'applicazione è più lunga rispetto alla precedente, circa 30 metri, e l'intensità di corrente trasportata è dell'ordine di 400/1 600 A. Le parti spiegano tuttavia che le due configurazioni più utilizzate di canalizzazioni prefabbricate rispondono ad altre due funzioni specifiche: l'alimentazione elettrica dei sistemi di illuminazione e la distribuzione elettrica a bassa potenza⁶⁶. In una configurazione "illuminazione", la canalizzazione prefabbricata sarà di una lunghezza di 30 metri e trasporterà corrente di intensità compresa di solito fra 16 e 40 A. Inoltre, sarà dotata di connettori specifici per l'alimentazione dei dispositivi di illuminazione. Anche

⁶⁴ Messaggio del 3 luglio 2001 in risposta a una domanda della Commissione del 2 luglio 2001.

⁶⁵ Allegato 39 del modulo CO.

⁶⁶ Risposta delle parti del 21 giugno 2001 a una domanda del 13 giugno 2001.

in una configurazione di distribuzione a bassa potenza la linea sarà lunga 30 metri, ma trasporterà una corrente di intensità maggiore, compresa fra i 40 e i 100 A. Servirà a distribuire la corrente verso elementi ultraterminali, come prese o interruttori. A questo fine, sarà munita di connettori e di cassette con fusibili e/o con interruttori per garantire la protezione di questi componenti.

251. Supporti per cavi e canalizzazioni prefabbricate sono pertanto entrambi studiati per trasportare fisicamente la corrente elettrica dal quadro generale ai sottoquadri. Le parti fanno presente che le canalizzazioni prefabbricate sono inoltre utilizzate a valle del sottoquadro in particolare per distribuire l'energia verso i quadri terminali di distribuzione⁶⁷. Per le canalizzazioni prefabbricate è prevista già nella fase di produzione l'integrazione di conduttori che garantiscono il trasporto della corrente elettrica. Nel caso dei supporti per cavi, questi conduttori dovranno essere acquistati separatamente⁶⁸. Le parti confermano che non propongono ai loro clienti offerte combinate di supporti per cavi e cavi⁶⁹.
252. Secondo le parti, i supporti per cavi e le canalizzazioni con conduttori formano un solo ed unico mercato di prodotti. Le parti spiegano che queste due categorie di prodotti svolgono una funzione identica, ovvero fungere da supporto al trasporto di correnti elettriche elevate, spesso di diverse centinaia di ampere, fra il quadro generale di distribuzione a bassa tensione e i sottoquadri. Ne concludono che le canalizzazioni prefabbricate e i supporti per cavi sono sostituibili sul versante della domanda.
253. Sembra tuttavia che per queste due categorie di prodotti la sostituibilità sul versante della domanda sia limitata, mentre la sostituibilità sul versante dell'offerta è inesistente.

Sostituibilità sul versante della domanda

254. Le parti spiegano⁷⁰ che la scelta di ricorrere all'una o all'altra categoria di prodotti è in funzione della configurazione di ogni edificio e delle caratteristiche della rete di distribuzione elettrica che vi è installata. Pertanto, le canalizzazioni prefabbricate offrirebbero un livello di flessibilità superiore rispetto ai supporti per cavi sotto il profilo della disposizione delle apparecchiature (computer, macchine eccetera) il cui funzionamento richiede corrente elettrica. Quest'ultimo punto è messo in particolare rilievo in un documento interno di Schneider⁷¹, che spiega che le canalizzazioni prefabbricate sono "più concorrenziali del cavo" quando si tratta di distribuire la corrente elettrica verso numerose macchine installate nello stesso locale. Infatti, presenterebbero due vantaggi rilevanti. In primo luogo, le canalizzazioni prefabbricate sono "facili da modificare: si può spostare una macchina con facilità o se ne può aggiungere una nuova collegandola semplicemente a un punto di entrata disponibile". In secondo luogo, le canalizzazioni prefabbricate sono "facilmente adattabili: possono essere aggiunte o eliminate per rispondere ai cambiamenti di configurazione". Un'affermazione dello

⁶⁷ Modulo CO, pag. 52.

⁶⁸ Risposta del 23 febbraio 2001, punto 6.

⁶⁹ Risposta delle parti alla domanda 9 del questionario del 22 marzo 2001.

⁷⁰ Modulo CO, pag. 52.

⁷¹ "Busbar trunking – SBU presentation". Documento fornito in risposta (Allegato 8) al questionario del 22 marzo 2001, pag. 10.

stesso tipo si legge in un altro documento interno di Schneider⁷², secondo cui le canalizzazioni elettriche hanno un prezzo di [...] volte superiore rispetto ai supporti per cavi, ma che il costo di installazione di una derivazione è di [...] volte inferiore. Secondo questo stesso documento, l'installazione di canalizzazioni prefabbricate si rivela una soluzione più economica rispetto ai supporti per cavi quando è necessario installare più di [...] derivazioni.

255. Inoltre, da un documento interno di Schneider⁷³ emerge che le canalizzazioni prefabbricate sono altresì “più concorrenziali del cavo” per le applicazioni di tipo “collegamento” in cui la corrente trasportata ha un'intensità superiore a 1 600 A e per le applicazioni “trasporto” in cui la corrente trasportata ha un'intensità superiore ai 1 000 A.
256. D'altro canto, le canalizzazioni prefabbricate e i supporti per cavi presentano caratteristiche tecniche e di funzionamento diverse. Pertanto, le parti spiegano⁷⁴ che le canalizzazioni prefabbricate resistono molto meglio alle intensità di corrente elevate generate da un cortocircuito. Da un documento interno di Schneider⁷⁵ emerge che in caso di cortocircuito le canalizzazioni prefabbricate presentano il vantaggio di provocare un'interruzione minima dell'alimentazione elettrica. Questo documento spiega infatti che “tra ogni punto di collegamento sono inserite protezioni in modo da ritirare una sola carica, riducendo così al minimo il downtime durante la manutenzione e la riparazione”. Inoltre, questo stesso documento indica⁷⁶ che le canalizzazioni elettriche sono più leggere del 40% e richiedono la metà del tempo di installazione rispetto ai supporti per cavi.
257. Per contro, i supporti per cavi possono essere realizzati in materiali diversi, aspetto, questo che permette di utilizzarli in ambienti particolari. Per esempio, i supporti per cavi in alluminio sono particolarmente adatti all'atmosfera umida e i supporti per cavi in plastica rinforzata con fibre di vetro resistono in atmosfera corrosiva. Di conseguenza, i primi sono spesso utilizzati nell'industria agroalimentare e i secondi nell'industria chimica⁷⁷.
258. Le canalizzazioni prefabbricate e i supporti per cavi rispondono dunque a esigenze specifiche e diverse. Le prime costituiscono una soluzione più economica rispetto ai secondi, nel caso in cui l'intensità di corrente da trasportare fra il quadro generale e i sottoquadri sia superiore a 1 000 A o l'intensità da trasportare fra il trasformatore MT/BT e il quadro generale sia superiore a 1 600 A. In una configurazione del tipo “distribuzione”, le canalizzazioni prefabbricate rappresentano una soluzione meno costosa quando il numero di derivazioni da installare è superiore a cinque. Le canalizzazioni prefabbricate presentano altresì caratteristiche tecniche che le rendono particolarmente adatte e insostituibili negli edifici per i quali la continuità dell'alimentazione elettrica è indispensabile e che richiedono l'installazione di numerose

⁷² Documento fornito in allegato 39 al modulo CO, pag. 4.

⁷³ “Busbar trunking – SBU presentation”. Documento fornito in risposta (Allegato 8) al questionario del 22 marzo 2001, pag. 9.

⁷⁴ Modulo CO, pag. 52.

⁷⁵ “Busbar trunking – SBU presentation”, già citato, pag. 10.

⁷⁶ Ibidem, pag. 9.

⁷⁷ Cfr. risposta delle parti alla domanda 4 del questionario del 22 marzo 2001.

derivazioni, come i grandi edifici commerciali, gli ospedali e gli aeroporti. Infatti, in un documento interno di Schneider questo tipo di fabbricati è presentato come il mercato naturale di sbocco delle canalizzazioni prefabbricate⁷⁸. Per converso, si sceglieranno i supporti per cavi anziché le canalizzazioni prefabbricate in certi settori economici o in particolari tipi di atmosfera.

259. La sostituibilità sul versante della domanda fra canalizzazioni prefabbricate e supporti per cavi è pertanto parziale. Si limita per lo più alle applicazioni di distribuzione a debole potenza, di trasporto e di collegamento. Anche per ognuna di queste applicazioni, le caratteristiche di ciascuna delle due categorie di prodotti comporteranno la limitazione della sostituibilità sul versante della domanda.

260. Questa conclusione è confermata da un documento interno di Schneider in cui si indica che i “cavi” rappresentano una tecnologia solo “indirettamente concorrente” rispetto alle canalizzazioni prefabbricate⁷⁹. Le parti sottolineano che la tecnologia dei supporti per cavi è indirettamente concorrente “poiché svolge la stessa funzione di base senza tuttavia presentare la stessa flessibilità d’uso”⁸⁰. Una terza impresa, Pogliano, spiega che i supporti per cavi e le canalizzazioni prefabbricate sono veramente in grado di concorrere soltanto sui mercati geografici in cui la diffusione di queste ultime sia ancora limitata e in cui i loro vantaggi relativi restino pertanto ancora sconosciuti da parte dei consumatori⁸¹.

Sostituibilità sul versante dell’offerta

261. Numerosi terzi hanno spiegato che le canalizzazioni prefabbricate costituiscono un prodotto più elaborato da un punto di vista tecnico rispetto ai supporti per cavi. Infatti, come già indicato, i conduttori elettrici sono inseriti nelle canalizzazioni prefabbricate fin dalla fase di produzione, mentre i supporti per cavi sono soltanto previsti per l’installazione successiva di questi conduttori.

262. Le differenze tecniche fra canalizzazioni prefabbricate e supporti per cavi si riflettono nelle norme a cui sono soggette. Le norme CEI 60439-2 e Cenelec EN 60439-2 relative alle canalizzazioni prefabbricate pongono requisiti elettrici che riguardano in particolare il dimensionamento dei conduttori da integrarvi, il loro isolamento e le caratteristiche delle connessioni. Le norme Cenelec EN 10142 e EN 10088 relative ai supporti per cavi stabiliscono, a loro volta, requisiti meccanici riguardo ai pesi generati dai cavi che i supporti e i loro fissaggi devono essere in grado di sopportare. Pertanto, mentre le norme relative alle canalizzazioni prefabbricate fissano requisiti elettrici intesi a evitare i cortocircuiti e gli incendi⁸², le norme sui supporti per cavi stabiliscono requisiti concernenti la resistenza fisica di questi prodotti. Contrariamente ai supporti per cavi, le linee prefabbricate rappresentano dunque un’apparecchiatura elettrica, nel senso che sono atte a essere attraversate dalla corrente elettrica.

⁷⁸ “Busbar trunking – SBU presentation”, già citato, pag. 9.

⁷⁹ “Présentation de la démarche Marketing CEP”, documento fornito da Schneider in risposta al questionario del 22 marzo 2001 in Allegato 6, pag. 4.

⁸⁰ Risposta delle parti del 21 giugno 2001 a una domanda della Commissione del 13 giugno 2001.

⁸¹ Risposta del 17 febbraio 2001, punto 6.

⁸² Cfr. risposta delle parti alla domanda 7 del questionario del 22 marzo 2001.

263. Queste differenze tecniche si traducono in processi di produzione diversi. La fabbricazione di supporti per cavi è analoga a un processo metallurgico o di lavorazione di lamiera, mentre la produzione di canalizzazioni prefabbricate rientra nella produzione elettrica. Pertanto, le parti riconoscono nel modulo CO (pag. 52) che i supporti per cavi sono in generale realizzati da lamieristi e le canalizzazioni elettriche da elettricisti. Ne consegue che, stando alle informazioni della Commissione, soltanto due imprese producono queste due categorie di prodotti: Schneider e Hager. In ciascun caso, questa situazione è recente e deriva dall'acquisizione di un'altra impresa (Lexel da parte di Schneider e Tehalit da parte di Hager). Precedentemente a queste acquisizioni, Schneider e Hager producevano esclusivamente canalizzazioni prefabbricate.
264. Ciò non esclude che ognuno dei due gruppi disponga comunque di controllate specializzate nella produzione dell'una o dell'altra categoria di prodotti. All'interno del gruppo Schneider, le controllate Télémécanique e Normabarre garantiscono la produzione di canalizzazioni prefabbricate, mentre le controllate Wibe, Stago e Mita assicurano la produzione di supporti per cavi. L'attività dei principali produttori di canalizzazioni prefabbricate in Europa (Moeller, MEM-Delta, Pogliano, Zucchini eccetera) non include i supporti per cavi. Infine, le parti sottolineano che i fabbricanti di supporti per cavi sono piccole imprese specializzate nella produzione di questo articolo⁸³.
265. La sostituibilità fra supporti per cavi e canalizzazioni elettriche prefabbricate è quindi inesistente sul versante dell'offerta.

Conclusione

266. Per le ragioni suesposte, la Commissione ritiene che i supporti per cavi e le canalizzazioni prefabbricate rappresentino due mercati di prodotti distinti. Nella loro risposta⁸⁴, le parti non hanno contestato detta conclusione.

B.2.2 Definizione del mercato geografico

267. Le parti ritengono che il mercato per la vendita di supporti per cavi e di canalizzazioni prefabbricate sia di dimensione europea. Le imprese basano questa loro affermazione sul fatto che i prodotti venduti nei vari Stati membri sono identici. Inoltre, oltre il [...] *% della produzione di Schneider e di Legrand sarebbe venduto in Stati membri diversi dal paese di fabbricazione.
268. Per contro, l'indagine della Commissione ha stabilito che il gioco di concorrenza nella vendita di prodotti di distribuzione elettrica a bassa tensione si svolge essenzialmente su una base nazionale. Gli elementi fondamentali dell'analisi illustrata in precedenza⁸⁵ riguardo ai quadri di distribuzione si applicano in maniera analoga ai supporti per cavi e alle canalizzazioni prefabbricate. Più nel dettaglio, l'analisi per questi mercati di prodotti poggia sulle considerazioni di seguito riportate.

⁸³ Modulo CO, pag. 53.

⁸⁴ Punto 472.

⁸⁵ Punti 126-224.

Il prezzo di vendita dei supporti per cavi e delle canalizzazioni prefabbricate varia notevolmente a seconda dello Stato membro

269. Esistono differenze di prezzo significative fra gli Stati membri del SEE per uno stesso articolo, sia per quanto riguarda le canalizzazioni prefabbricate che per i supporti per cavi.

Canalizzazioni prefabbricate

270. Le parti hanno tuttavia fornito un confronto di prezzi per quelle che secondo loro sono le due configurazioni tipo più utilizzate. Si tratta (i) della canalizzazione per l'illuminazione KLE 16A 2 poli, prodotta da Télémécanique e (ii) della canalizzazione prefabbricata, per la piccola potenza KNA 63A prodotta da Télémécanique⁸⁶.

271. La tabella 11 riportata di seguito indica il prezzo di vendita della canalizzazione per l'illuminazione [...] prodotta da Télémécanique, controllata di Schneider, in diversi Stati membri del SEE⁸⁷:

Tabella 11

	Francia	Italia	Spagna	Belgio	Portogallo	Grecia	UK	Irlanda
Prezzo in FF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prezzo: Francia base 100	100	**	**	***	***	***	****	***

	Germania	Austria	Paesi Bassi	Svezia	Danimarca	Norvegia	Finlandia
Prezzo in FF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prezzo: Francia base 100	**	***	***	**	**	**	**

Fonte: parti

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

272. La tabella 12 riportata di seguito indica il prezzo della canalizzazione prefabbricata per la piccola potenza [...] prodotta da Télémécanique, controllata di Schneider, in diversi Stati membri del SEE⁸⁸:

⁸⁶ Risposta delle parti del 21 giugno 2001 a una domanda della Commissione del 13 giugno 2001.

⁸⁷ Risposta del 21 giugno 2001 a una domanda della Commissione del 13 giugno 2001.

⁸⁸ Risposta del 21 giugno 2001 a una domanda della Commissione del 13 giugno 2001.

Tabella 12

	Francia	Italia	Spagna	Belgio	Portogallo	Grecia	UK	Irlanda
Prezzo in FF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prezzo: Francia base 100	100	*	**	**	**	**	***	***

	Germania	Austria	Paesi Bassi	Svezia	Danimarca	Norvegia	Finlandia
Prezzo in FF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prezzo: Francia base 100	**	***	***	***	***	**	****

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

273. Dalle tabelle emerge che il prezzo di uno stesso articolo di canalizzazione prefabbricata varia fortemente da uno Stato membro del SEE all'altro. A questo proposito, si osserva che il prezzo di uno stesso articolo può conoscere variazioni superiori a [50-100]* % fra due Stati membri vicini. Per esempio, la canalizzazione [...] è venduta a [...] FF in Norvegia e a [...] FF in Svezia. Del pari, la canalizzazione [...] è venduta a [...] FF in Spagna e a [...] FF in Francia.

Supporti per cavi

274. La tabella 13 riportata di seguito indica l'evoluzione del prezzo di vendita relativo alle passerelle a traversine in acciaio ("steel cable ladders") prodotte da Lexel, controllata di Schneider, registrata fra il 1996 e il 2000 nei vari Stati membri del SEE in cui Lexel commercializza questi prodotti:

Tabella 13

	1996	1997	1998	1999	2000
Svezia ⁸⁹	100	***	***	***	***
Danimarca	***	***	***	***	***
Finlandia	**	**	**	**	**
Germania	**	**	**	**	**
Gran Bretagna	***	***	***	***	***
Paesi Bassi	***	***	***	***	***
Belgio	***	***	***	***	***

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

275. Dalla tabella 13 emerge che il prezzo di questa categoria di supporti per cavi varia notevolmente fra i vari Stati membri, anche vicini, e che queste differenze di prezzo non hanno registrato una tendenza a diminuire nel corso degli ultimi cinque anni. Così, la differenza di prezzi fra la Svezia e la Danimarca, che era di [0-50]*% nel 1996, si attesta a [0-50]*% nel 2000. Analogamente la differenza di prezzi fra la Germania e i Paesi Bassi, che era di [0-50]*% nel 1996, è del [50-100]*% nel 2000.

276. Nella loro risposta, le parti hanno contestato la pertinenza della scelta delle passerelle a traversine in acciaio prodotte da Lexel come parametro per stabilire l'esistenza di differenze di prezzo fra gli Stati membri riguardo a tutti i supporti per cavi. Secondo le imprese in questione, le canalizzazioni in acciaio sarebbero più rappresentative dell'insieme del mercato di prodotto rilevante, nella misura in cui questa categoria di prodotti rappresenterebbe a livello europeo un volume di vendita all'incirca doppio rispetto al volume delle passerelle a traversine in acciaio. In ogni caso, le parti sostengono che la differenza di prezzi per le passerelle a traversine in acciaio fra alcuni Stati membri vicini (come i Paesi Bassi e la Germania) sarebbe quasi nullo.

277. In primo luogo, è opportuno sottolineare che l'affermazione delle parti secondo cui le canalizzazioni in acciaio rappresentano un volume di vendita doppio rispetto alle passerelle a traversine in acciaio si basa su una semplice estrapolazione a livello europeo della situazione predominante nel Regno Unito. Le parti non hanno infatti fornito alcuna informazione che permetta di sostenere che la ripartizione delle vendite fra le diverse categorie di supporti per cavi nel Regno Unito possa essere estesa agli altri paesi del SEE.

278. Inoltre, dai documenti forniti dalle parti⁹⁰ emerge che esistono altresì notevoli differenze di prezzo fra gli Stati membri, anche vicini, per quanto concerne le canalizzazioni in acciaio. La tabella riportata di seguito indica l'evoluzione del prezzo relativo alle

⁸⁹ Prezzo in Svezia nel 1996 = base 100.

⁹⁰ Risposta delle parti del 19 luglio 2001 alla domanda 1 del questionario del 22 marzo 2001.

canalizzazioni in acciaio prodotte da Lexel, controllata di Schneider tra il 1998 e il 1999, nei tre Stati membri in cui questa impresa li commercializza.

Tabella prezzi delle canalizzazioni in acciaio

	1998	1999	2000
Paesi Bassi ⁹¹	100	[100-150]*	[100-150]*
Germania	[100-150]*	[100-150]*	[100-150]*
Belgio	[50-100]*	[50-100]*	[50-100]*

Fonte: parti

279. Dalla tabella prezzo delle canalizzazioni in acciaio sopra riportata si osserva che, se la differenza di prezzo fra i Paesi Bassi e la Germania è modesta e ha persino registrato una flessione fra il 1998 e il 2000, la differenza di prezzo fra questi due Stati membri, da un lato, e il Belgio, dall'altro, è superiore a [0-50]*% nel 2000 e ha anche evidenziato una tendenza ad aumentare nello stesso periodo.
280. Nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni, le parti hanno sostenuto che il confronto dei prezzi dei supporti per cavi fra Stati membri effettuato dalla Commissione sarebbe falsato dalla mancata considerazione di tre fattori esogeni.
281. In primo luogo, la Commissione non avrebbe tenuto conto del fatto che per motivi storici, la Svezia e la Finlandia mostrerebbero una netta preferenza per le passerelle piuttosto che per le canalizzazioni. Questa situazione farebbe sì che la concorrenza riguardo alla prima categoria di prodotti sarebbe più forte, il che spiegherebbe in parte i suoi livelli di prezzo inferiori rispetto al resto dell'Europa.
282. A questo proposito, è opportuno innanzitutto rilevare che le differenze di prezzo di vendita delle canalizzazioni prodotte da Schneider non sono notevoli soltanto tra la Svezia e la Finlandia, da un lato, e gli altri Stati membri, dall'altro. Così, per esempio dalla tabella 13 emerge che la differenza di prezzi fra la Germania e il Belgio si attesta a [50-100]*% nel 2000. Pur considerando che la Germania è anche un caso particolare, la differenza di prezzi tra la Danimarca e il Belgio è del [0-50]*%. Inoltre, la circostanza per cui il volume delle vendite delle diverse categorie di supporti per cavi è sostanzialmente diverso nei vari Stati membri, in ragione della netta preferenza dei consumatori nazionali per certe categorie di supporti per cavi, come sostengono le parti⁹², rappresenta un ulteriore elemento importante che depone a favore di una definizione nazionale del mercato di prodotto rilevante.
283. In secondo luogo, le parti spiegano nella loro risposta⁹³ che le divergenze di prezzi fra gli Stati membri per quanto concerne le passerelle commercializzate da Lexel sarebbe il risultato della fluttuazione delle valute degli Stati membri. A titolo di esempio, le parti citano la corona svedese, che ha perso quasi il 30% del suo valore nei confronti della sterlina inglese, il che avrebbe ridotto, secondo quanto sostengono le parti, la differenza di prezzo constatata fra la Svezia e il Regno Unito per questa categoria di prodotto. A questo proposito, dalla tabella 13 precedente emerge che la differenza di prezzi di vendita delle canalizzazioni commercializzate da Lexel in questi due Stati membri, pari al [0-50]*% nel 1996, è del [0-50]*% nel 2000, il che contraddice l'argomentazione

⁹¹ Prezzo in Svezia nel 1998= base 100.

⁹² Punto 484 della risposta alla comunicazione delle obiezioni.

⁹³ Punto 485 e seguenti.

addotta, ossia una riduzione del divieto dei prezzi fra la Svezia e il Regno Unito. Inoltre, occorre osservare che le differenze di prezzo di vendita delle passerelle commercializzate da Lexel riguardano numerosi Stati membri del SEE le cui valute sono rimaste reciprocamente stabili nel corso degli ultimi anni. La tabella 13 indica, inoltre, che la differenza di prezzi fra la Germania e i Paesi Bassi, per esempio, nel 2000 è pari al [50-100]*%.

284. In terzo luogo e infine, le parti sostengono⁹⁴ che i prezzi di vendita comunicati alla Commissione prendono in considerazione sconti e riduzioni di volume applicati a ogni vendita. Ora, l'importo di tali sconti e riduzioni differiva a seconda degli Stati membri, il che spiegherebbe, secondo le parti, le divergenze di prezzo medio di vendita constatate. A questo proposito, è sufficiente osservare che le parti non hanno fornito alcun documento che permetta di stabilire che il livello medio dei volumi di vendita per settore sarebbe diverso fra gli Stati membri. Ad ogni modo, se dovesse essere così, questa situazione rappresenterebbe un ulteriore importante indizio che deporrebbe a favore di una definizione nazionale del mercato dei supporti per cavi.

Le posizioni dei fabbricanti di supporti per cavi e di canalizzazioni prefabbricate variano notevolmente a seconda dello Stato membro

285. Le quote di mercato dei principali operatori sui mercati delle canalizzazioni prefabbricate e dei supporti per cavi sono sensibilmente diverse a seconda dello Stato membro.

Canalizzazioni prefabbricate

286. La tabella 14 riportata di seguito, fornita dalle parti⁹⁵, presenta le quote di mercato dei più importanti operatori sul mercato delle canalizzazioni prefabbricate nei principali Stati membri del SEE.

⁹⁴ Punto 489 della risposta alla comunicazione delle obiezioni.

⁹⁵ E-mail del 12 marzo 2001.

Tabella 14

	Schneider	Moeller	Zucchini	Pogliano	Altri 1	Altri 2
Germania	[30-40]*%	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Siemens [0-10]*%	Lanz [0-10]*%
Austria	[60-50]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Lanz [0-10]*%	
Belgio	[50-60]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		EAE [0-10]*%	
Danimarca	[60-50]*%	[20-30]*%				
Spagna	[40-50]*%	[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		
Francia	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Erico [0-10]*%	
Finlandia	[20-30]*%	[10-20]*%			MEM [30-40]*%	
Gran Bretagna	[10-20]*%	[30-40]*%	[10-20]*%		MEM [10-20]*%	
Grecia	[60-50]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Irlanda	[80-90]*%	[0-10]*%	[10-20]*%		MEM [0-10]*%	
Norvegia	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%			
Paesi Bassi	[40-50]*%	[40-50]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Portogallo	[70-80]*%	[20-30]*%	[0-10]*%			
Totale SEE	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		

287. Dalla tabella 14 si evince che le posizioni dei principali fabbricanti di canalizzazioni elettriche variano notevolmente a seconda degli Stati membri. Pertanto, limitandosi alle sole variazioni fra Stati membri vicini, si constata che Schneider in Francia detiene una quota di mercato del [70-80]*%, ma che la sua quota di mercato è pari al [50-60]*% in Belgio, al [40-50]*% in Francia e solo al [30-40]*% in Germania. Analogamente, la quota di mercato di Schneider è del [80-90]*% in Irlanda, ma soltanto del [10-20]*% in Gran Bretagna, del [70-80]*% in Portogallo e del [40-50]*% in Spagna. Passando all'altro principale operatore sul mercato europeo, Moeller, la sua quota di mercato è del [50-60]*% in Germania, ma del [30-40]*% in Austria, del [10-20]*% in Belgio e soltanto dello [0-10]*% in Francia.

Supporti per cavi

288. La tabella 15 riportata di seguito indica le quote di mercato dei principali concorrenti sul mercato dei supporti per cavi nei diversi Stati membri del SEE.

Tabella 15

	Schneider	Legrand	Hager	Altri 1	Altri 2
Germania	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	OBO	Van Geel
Austria	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Belgio	[10-20]*%		[0-10]*%	Vergocan	Van Geel
Danimarca	[20-30]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	RMIndustrial Group	Van Geel
Spagna	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Finlandia	[0-10]*%		[0-10]*%	Meka	Nordic Aluminium
Francia	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Tolmega [30-40]*%	Métal Déployé [20-30]*%
Gran Bretagna	[0-10]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	RM Cable Tray [0-10]*%	Unitrust [0-10]*%
Grecia	[0-10]*%	[0-10]*%			
Irlanda	[0-10]*%	[0-10]*%		RM Cable Tray	Unitrust
Italia	[0-10]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	Sati [20-30]*%	ABB [10-20]*%
Norvegia	[40-50]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Ögland	Van Geel
Paesi Bassi	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Van Geel	Gouda
Portogallo	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Svezia	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Meka	Van Geel
Totale	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		

289. Dalla tabella precedente emerge che Schneider è presente soltanto in sei Stati membri. In cinque di loro, ha una quota di mercato compresa tra [20-80]*%. Per contro, è assente da tutti gli altri mercati nazionali. Legrand detiene la quota di mercato maggiore a livello del SEE mentre è presente soltanto in tre Stati membri (Francia, Italia e Regno Unito), di cui solo due presentano una quota di mercato significativa (Italia [20-30]*% e Gran Bretagna [30-40]*%). Ad eccezione di Hager, presente in 11 Stati membri, tutti gli altri concorrenti detengono quote solo in uno o due Stati membri, di solito vicini (Unitrust e RM Cable Tray in Irlanda e nel Regno Unito o Meka in Svezia e in Finlandia). Van Geel sembra essere la sola eccezione a questa regola, poiché è presente in Belgio, nei Paesi Bassi, in Germania e anche in Scandinavia.

290. La maggior parte degli operatori sul mercato dei supporti per cavi è dunque presente in un solo Stato membro. Quanto ai concorrenti che sono presenti in diversi Stati, le loro

posizioni sono caratterizzate (i) da una quota di mercato particolarmente rilevante in uno Stato membro e (ii) da quote di mercato nettamente più modeste e fluttuanti negli altri Stati membri.

291. Nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni⁹⁶, le parti hanno fatto notare che esistevano diversi operatori sul mercato di prodotti rilevante, i quali disponevano di una presenza in più Stati membri. Le parti citano per esempio Schneider, presente in sette Stati membri, Van Geel, attiva in sei Stati membri, e Hager, in undici Stati membri. Inoltre, le parti sostengono che Hager deterrebbe di quote di mercato relativamente omogenee nei diversi Stati in cui è presente.
292. A questo proposito, va rilevato che la circostanza per cui soltanto tre operatori sul mercato dei supporti per cavi dispongono di una presenza in più Stati membri non sarebbe sufficiente a desumere l'esistenza di concorrenti di dimensione veramente europea in concorrenza fra loro in tutto il SEE. Questa conclusione è comprovata dal fatto che nessuno dei tre principali concorrenti a livello del SEE, Schneider, Legrand e Hager, detiene quote di mercato omogenee a livello nazionale.

La distribuzione dei supporti per cavi e delle canalizzazioni prefabbricate si organizza su base nazionale

293. Le parti spiegano che in media tra il 75% e il 95% del fatturato dei produttori di supporti per cavi e di canalizzazioni prefabbricate deriva dalle vendite ai grossisti⁹⁷. Per esempio, Schneider afferma che le sue vendite di supporti per cavi ai grossisti rappresentano la totalità delle sue vendite in Svezia, nel Regno Unito e nei Paesi Bassi. Schneider non ha fornito informazioni per gli altri Stati membri⁹⁸.
294. Come spiegato in precedenza, i rapporti tra fabbricanti e grossisti di materiali di distribuzione elettrica si organizzano su una base nazionale o addirittura regionale, anche per quanto concerne i produttori e i grossisti di dimensione europea. Questa constatazione si applica anche ai supporti per cavi e alle canalizzazioni prefabbricate. Il gioco di concorrenza nella distribuzione di questi prodotti si organizza dunque su una base essenzialmente nazionale.
295. Nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni⁹⁹, le parti hanno sostenuto che una percentuale rilevante del fatturato dei produttori di supporti per cavi sarebbe generata dalle vendite dirette ai clienti finali. Questo vale in maniera particolare per i cantieri importanti, per i quali i grossisti stessi chiedono ai fabbricanti di fornire direttamente ai clienti i supporti per cavi che figurano nei loro cataloghi. Pertanto, i rapporti fra grossisti e fabbricanti non svolgerebbero un ruolo determinante nella valutazione della definizione geografica del mercato di prodotti rilevante.
296. Al riguardo, è opportuno innanzitutto sottolineare che le parti non hanno fornito alcuna indicazione che permetta di stabilire l'importanza delle vendite dirette dei fabbricanti ai consumatori finali sul mercato dei supporti per cavi. I soli dati forniti dalle parti, relativi

⁹⁶ Punti 506 e 509.

⁹⁷ Modulo CO, pag. 90.

⁹⁸ Allegato alla risposta di Schneider alla domanda 98 del questionario del 29 giugno 2001.

⁹⁹ Punto 523.

alle loro vendite, mostrano al contrario che le vendite ai grossisti rappresentano la percentuale sostanziale del loro fatturato. Nessuna delle informazioni disponibili consente di concludere che la situazione sarebbe diversa per gli altri operatori sul mercato.

297. Inoltre, l'argomentazione delle parti secondo cui i grossisti chiederebbero ai fabbricanti di fornire direttamente ai clienti finali i supporti per cavi che figurano nei cataloghi degli articoli da loro distribuiti non significa di per sé che i fabbricanti vendano direttamente i prodotti in questione a questi ultimi. Al contrario, l'intervento dei grossisti in merito ai prodotti che hanno deciso di inserire nei loro cataloghi commerciali lascia piuttosto intendere che sono i grossisti ad acquistare i prodotti in questione dai fabbricanti e a rivenderli poi al consumatore finale, senza che questi prodotti transitino fisicamente nei loro depositi.

Gli ostacoli all'ingresso

298. Le parti hanno sostenuto nella loro risposta¹⁰⁰ che il mercato dei supporti per cavi sarebbe caratterizzato da deboli ostacoli all'ingresso. Infatti, secondo le parti, i prodotti in questione sarebbero omogenei, nel senso che non richiedono interventi di adeguamento, o in misura limitata, per rispondere alla domanda locale. Inoltre, le parti spiegano che i costi di trasporto sono relativamente limitati e non costituiscono un ostacolo alla libera circolazione all'interno del SEE. Infine, secondo le parti, esisterebbero flussi commerciali importanti fra Stati membri. Così, il [20-40]*% dei supporti per cavi di Schneider e Legrand sarebbe commercializzato in uno Stato membro diverso da quello di produzione.

299. L'esistenza di notevoli differenze di prezzo tra Stati membri e l'eterogeneità delle quote di mercato degli operatori illustrate in precedenza rappresentano due elementi determinanti che, da un punto di vista concreto, smentiscono, o perlomeno limitano fortemente, l'affermazione delle parti secondo cui gli ostacoli all'ingresso sul mercato dei supporti per cavi sarebbero deboli. L'indagine della Commissione ha dimostrato che l'accesso alla distribuzione costituiva il principale ostacolo all'ingresso sul mercato dei supporti per cavi nella misura in cui la maggior parte delle vendite avviene tramite i grossisti. La tendenza dei grossisti a ridurre il numero di marchi che distribuiscono per ogni categoria di materiale elettrico è una tendenza che rafforza gli ostacoli all'ingresso.

Conclusione

300. I mercati geografici rilevanti per la vendita dei supporti per cavi e per la vendita delle canalizzazioni prefabbricate sono di dimensione nazionale.

B.3 Apparecchiature elettriche a valle del quadro terminale di distribuzione

B.3.1 Definizione dei mercati di prodotti

Introduzione

301. La caratteristica comune delle apparecchiature elettriche installate a valle del quadro terminale di distribuzione (che le parti definiscono anche "prodotti e accessori per

¹⁰⁰ Punto 512 e seguenti.

l'installazione ripartita”) è il fatto di collocarsi allo stadio finale o terminale della rete di distribuzione elettrica, a valle dei quadri terminali di distribuzione.

302. Le parti propongono di distinguere nelle definizioni i seguenti mercati di prodotti: (i) il mercato delle prese e degli interruttori; (ii) il mercato dei sistemi di controllo; (iii) il mercato dei sistemi di protezione delle persone; (iv) il mercato dei sistemi di protezione delle cose; (v) il mercato delle apparecchiature di connessione per reti di comunicazioni; (vi) il mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione e (vii) il mercato dei materiali per la posa di cavi in ambiente. In effetti, ognuna di queste categorie di prodotti assolverebbe funzioni diverse. L'indagine della Commissione ha confermato che queste diverse categorie di mercato non potrebbero essere raggruppate all'interno di uno stesso mercato di prodotti. I mercati dei sistemi di controllo, dei sistemi di protezione delle cose, delle apparecchiature di connessione per reti di comunicazione e dei materiali per la posa di cavi in ambiente non sono mercati interessati dall'operazione proposta.
303. Un aspetto comune delle definizioni di mercati di prodotti proposte dalle parti è che ognuno di detti mercati riguarda prodotti che non sono intercambiabili.
304. Ciononostante, i mercati interessati hanno caratteristiche comuni che li distinguono dai mercati dei quadri di distribuzione anche da quelli dei supporti per cavi e delle canalizzazioni prefabbricate. Innanzitutto, si tratta di mercati che riguardano principalmente i settori residenziale e terziario, escludendo quindi il settore industriale (salvo per certe categorie di prodotti come le apparecchiature stagne). Inoltre, i prodotti per l'installazione ripartita costituiscono la parte visibile dell'impianto. Queste due caratteristiche fanno sì che, a differenza di quanto avviene per quadri di distribuzione elettrica, supporti per cavi e canalizzazioni prefabbricate, l'aspetto estetico assuma un ruolo importante nella scelta dei prodotti e l'utente finale abbia un interesse molto più spiccato a esserne coinvolto. Inoltre, la distribuzione delle apparecchiature a valle del quadro terminale avviene quasi interamente tramite grossisti. Per contro, i quadristi nonché le vendite dirette dei produttori ai clienti finali non rivestono alcuna importanza nella distribuzione di questi prodotti. Pertanto, il ruolo degli installatori nella scelta dei prodotti è rafforzato rispetto ai quadri di distribuzione elettrica o ai supporti per cavi e alle canalizzazioni prefabbricate.

Prese e interruttori

Introduzione

305. La categoria delle prese e degli interruttori a bassa tensione, nella forma presentata dalle parti, comprende i seguenti prodotti:
- Le prese di corrente semplici, che garantiscono il collegamento alle cariche elettriche.
 - Le prese dette a “corrente debole”: prese telefoniche tradizionali, prese per la televisione e prese dette “VDI” (voce, dati, immagini), che garantiscono l'allacciamento rispettivamente del telefono, della televisione e dei sistemi di informazione e comunicazione.
 - Gli interruttori, che servono da meccanismo di comando delle fonti elettriche (illuminazione, motori), compresi i teleruttori e gli interruttori temporizzati.

- I variatori (*dimmers*), che garantiscono la regolazione del livello di illuminazione.
306. Inoltre, all'interno del segmento di prese e interruttori, l'indagine approfondita della Commissione ha rivelato l'esistenza di una categoria di prodotto chiamata "apparecchiature stagne", atta a resistere ad ambienti aggressivi (umidità, polveri, urti).
307. Secondo le parti, l'insieme di questi prodotti, ad eccezione delle prese VDI, rappresenta un solo ed unico mercato di prodotti, poiché sono indissociabili gli uni dagli altri per motivi di progettazione e di estetica. Questo sarebbe confermato dal fatto che la loro offerta si articolerebbe in gamme omogenee dal punto di vista estetico. Pertanto, la scelta del consumatore a favore di uno di questi prodotti (per esempio una presa) ne determinerebbe la scelta per un altro articolo (per esempio un interruttore) poiché sarebbe antiestetico avere all'interno di una stessa stanza una presa e un interruttore con design diversi.
308. Per le ragioni suesposte, l'indagine condotta dalla Commissione ha confermato l'esistenza di un mercato di prese e interruttori standard (ivi inclusi interruttori temporizzati, teleruttori e variatori) nonché mercati di prodotti specifici per le prese informatiche e le apparecchiature stagne. Può restare aperta la questione di determinare se le prese telefoniche tradizionali e le prese TV vadano considerate come mercati di prodotti distinti oppure facciano parte del mercato di prese e interruttori standard, dal momento che l'analisi dal punto di vista della concorrenza è identica per entrambe le ipotesi.
309. I prodotti di questa categoria sono molto vari dal punto di vista della funzione, del contenuto tecnologico e del valore unitario. Occorre rilevare, innanzitutto, che la categoria delle prese e degli interruttori presentata dalle parti comprende, da un lato, prodotti a modesto contenuto tecnologico, in particolare gli interruttori e le prese comuni, e, dall'altro, i prodotti che integrano componenti elettronici, in particolare le prese VDI e i variatori che comandano l'intensità dell'illuminazione. Questi prodotti hanno quali caratteristiche comuni di essere installati nelle parti abitabili degli edifici e di essere "visibili". Per questi motivi, il loro design e la loro estetica rappresentano elementi importanti nella scelta dei consumatori.

Prese e interruttori standard

310. Per quanto concerne le prese di corrente e gli interruttori standard, inclusi i teleruttori, gli interruttori temporizzati e i variatori, l'argomentazione delle parti in merito all'esistenza di un solo mercato di prodotti può essere accolta.
311. In effetti, l'indagine della Commissione, condotta presso i produttori concorrenti, i grossisti e gli installatori, ha confermato che, come spiegato dalle parti, il fattore decisivo per la scelta degli utenti e, pertanto, dei grossisti è l'estetica che accomuna questi prodotti dalle funzioni diverse.
312. Tutti i prodotti in questione presentano la caratteristica comune di essere visibili da parte dell'utente. Anche il loro aspetto e la loro capacità di inserirsi negli ambienti, al di là del loro ruolo strettamente funzionale, sono fattori essenziali che determinano la scelta da parte dell'utente o del committente (architetto, arredatore o altro). Per questo motivo, i produttori conferiscono una rifinitura o un rivestimento omogeneo a questi prodotti che si basa in generale sull'utilizzo di placche ed elementi metallici molto comuni. La domanda degli utenti finali si riflette anche a livello di grossisti, che si vedono obbligati a offrire ai loro clienti serie complete di prese e interruttori che abbiano un design

omogeneo. È poco probabile che un monopolista ipotetico di gamme omogenee di prodotti che decida di aumentare il prezzo di un prodotto particolare veda la domanda per questo prodotto spostarsi verso un fabbricante monoprodotto. Non esistono d'altronde produttori monoprodotto che non propongano gamme omogenee. Anche i fabbricanti, per essere presenti sul mercato, devono essere in grado di offrire una o più serie complete con un design omogeneo.

313. La Commissione ritiene pertanto che, ai fini del presente procedimento, le prese di corrente e gli interruttori semplici nonché i teleruttori, gli interruttori temporizzati e i variatori appartengano a uno stesso e unico mercato di prodotti rilevante.

Prese telefoniche tradizionali

314. Le prese telefoniche tradizionali rispondono a un'esigenza specifica, ovvero garantire il collegamento di telefoni e altri apparecchi di telecomunicazione (fax, modem). Attualmente, queste prese sono destinate solo al mercato residenziale, poiché negli edifici terziari il collegamento degli apparecchi di telecomunicazione è garantito in gran parte da prese VDI, che possono essere utilizzate allo stesso tempo per collegare computer e apparecchi di telecomunicazione all'interno di una rete locale di comunicazione. Le prese telefoniche tradizionali rispondono a specifiche particolari stabilite dagli operatori di telecomunicazione, il che le distingue dalle prese di corrente standard e dalle prese TV. Contrariamente alle prese VDI, non hanno elementi elettronici.
315. Le parti spiegano tuttavia che le prese telefoniche tradizionali ricorrono alle stesse tecnologie delle prese di corrente (stampaggio termoplastico, taglio, taflatura eccetera). Farebbero parte di serie di prese e interruttori commercializzati dai produttori di apparecchiature del "segmento 5.A.1" e sarebbero spesso montate simultaneamente dallo stesso installatore elettricista che si occupa dell'installazione dell'impianto a corrente forte. Quest'affermazione delle parti può valere soltanto per i produttori di prese e interruttori come Schneider e Legrand, che offrono nei loro cataloghi gamme di prodotti che includono anche prese telefoniche. Per contro, accanto a questi produttori di prese e interruttori, esistono anche fabbricanti di prese telefoniche tradizionali specializzati come il gruppo 3 M (Pouyet, Quante), Krone o Forgos, che non offrono gamme complete di prese e interruttori.
316. Tuttavia, obiettivo della presente decisione non è stabilire se le prese telefoniche tradizionali facciano parte del mercato delle prese e degli interruttori standard o se debbano essere considerate come mercato di prodotti distinto. L'analisi dal punto di vista della concorrenza sarebbe la stessa in entrambe le ipotesi.

Prese TV

317. Al pari delle prese telefoniche tradizionali, le prese TV sono prodotti che rispondono a un'esigenza specifica, ovvero garantire il collegamento degli apparecchi TV. Sono destinate soltanto al mercato residenziale. Le prese TV devono rispettare le specifiche stabilite dalle società di radiodiffusione, aspetto, questo, che le differenzia dalle prese di corrente, dalle prese telefoniche e dalle prese VDI.
318. Le parti sostengono che le prese TV ricorrono alle stesse tecnologie delle prese di corrente (stampaggio termoplastico, taglio, taflatura eccetera). Se commercializzate dai produttori generici di prese e interruttori, sono inserite nelle loro gamme di prese e

interruttori. Spesso sono installate contemporaneamente dallo stesso installatore elettricista che si occupa dell'installazione dell'impianto a corrente forte. Questa affermazione delle parti è contraddetta dal fatto che i produttori di prese TV sono per lo più imprese specializzate che non sono attive nel settore dell'attrezzatura a corrente forte, come per esempio Philips, Bosch o Hirschmann.

319. Tuttavia, obiettivo della presente decisione non è stabilire se le prese TV facciano parte del mercato delle prese e degli interruttori standard o se debbano essere considerate come mercato di prodotti distinto. L'analisi dal punto di vista della concorrenza sarebbe la stessa in entrambe le ipotesi.

Prese VDI

320. Le parti considerano le prese VDI come parte del mercato dei prodotti di collegamento per reti di comunicazioni. Tuttavia, le loro gamme di prese e interruttori prevedono anche prese VDI e i dati di mercato sulle prese e interruttori forniti dalle parti alla Commissione includono le prese VDI vendute all'interno di queste serie.
321. Le prese VDI sono utilizzate per collegare sistemi di informazione e di comunicazione. Oltre alla loro principale funzione, la trasmissione dei dati (da cui la denominazione "prese informatiche" o "prese di dati"), coprono tutte le esigenze della telefonia della rete terziaria per gli usi più semplici, domestici e certe applicazioni video legate alle fonti di tipo informatico, grazie alle tecnologie digitali. Non fanno parte del sistema di distribuzione elettrica, ma della rete di comunicazione fra postazioni di lavoro vicine all'interno di un edificio (LAN: *local area network*), per lo più nelle applicazioni commerciali. Ne consegue che rispondono a un'esigenza specifica e diversa rispetto alle altre categorie di prese (quali le prese di corrente, le prese telefoniche tradizionali, le prese TV eccetera) e non sono sostituibili sul versante della domanda con le altre prese.
322. Inoltre, le prese VDI ricorrono a una tecnologia diversa rispetto alle prese di corrente, alle prese TV e alle prese telefoniche tradizionali. I loro principali componenti sono i diversi tipi (configurazioni) di connettori adatti a soddisfare le esigenze dei committenti, in funzione degli standard sviluppati dai produttori di apparecchiatura informatica (RJ 11, RJ 12, RJ 45, Twinax, Thinnet, BNC, ACO, SUBD 9, SUBD 15, SUBD 25 e altri). Le prese VDI sono prodotti installati da specialisti o elettricisti formati specificamente per i requisiti di queste reti, che richiedono manutenzione e modifiche frequenti.
323. Numerosi operatori sul mercato delle prese VDI sono produttori specializzati come Infra+, Lucent, Alcatel, Tyco e altri, che non sono attivi sul mercato delle prese e degli interruttori standard e, quindi, non propongono gamme omogenee sotto il profilo dell'estetica. La produzione delle prese VDI è specifica e non può essere realizzata con impianti convertiti. L'indagine condotta dalla Commissione presso terzi ha confermato che un produttore di prese di corrente standard nonché un produttore di un'altra categoria di prese a corrente debole (prese telefoniche tradizionali o TV) non può avviare la produzione di prese informatiche senza dover sostenere considerevoli costi e tempi aggiuntivi. Pertanto, le prese informatiche non sono sostituibili con le prese standard, le prese telefoniche tradizionali o le prese TV né dal punto di vista della domanda né dal punto di vista dell'offerta.
324. La Commissione ritiene, quindi, che le prese informatiche non facciano parte del mercato delle prese e degli interruttori standard.

Apparecchiature stagne

325. La categoria delle apparecchiature stagne include prese e interruttori che, per il tipo di progettazione o installazione, possono resistere ad ambienti aggressivi (per lo più umidità, ma anche polveri e urti), per esempio in bagno, in garage e cantina, all'esterno di un edificio, in edifici industriali, in cantieri eccetera.
326. Le parti ritengono che l'apparecchiatura a tenuta stagna faccia parte del mercato delle prese e degli interruttori. Fra l'apparecchiatura a tenuta stagna e le prese e gli interruttori standard esiste un'identità funzionale perfetta, ovvero garantire l'accesso alla fonte elettrica. Inoltre, i due tipi di apparecchiature hanno, oltre alla tenuta stagna, caratteristiche perfettamente identiche, al pari, d'altro canto, della tecnologia e del processo di produzione. Infine, l'installazione avviene contestualmente a quella delle apparecchiature ordinarie da parte degli stessi elettricisti e negli stessi edifici.
327. Tuttavia, occorre innanzitutto constatare che le apparecchiature stagne rispondono a un'esigenza specifica e non sono pertanto sostituibili sul versante della domanda alle prese e agli interruttori standard.
328. Inoltre, non esiste intercambiabilità sul versante dell'offerta fra le prese e gli interruttori standard e le apparecchiature stagne. Pertanto, le parti hanno indicato che lo sviluppo del rivestimento a tenuta stagna rappresenta, da solo, circa il [0-50]*% del costo e il [0-50]*% del tempo di sviluppo di una serie completa di prese e interruttori *ex nihilo*. Legrand avrebbe speso [10-60]* milioni di EUR e dedicato quasi [1-4]* anni (compresi studi preventivi) per la serie PLEXO, partendo da meccanismi esistenti, contro i [20-70]* milioni di EUR e i [3-5]* anni almeno per una serie completa¹⁰¹. Secondo Infra+, società specializzata nella produzione di componenti per reti informatiche, per realizzare una sola presa resistente all'acqua, sarebbe necessario più o meno raddoppiare l'investimento in strumenti e calcolare un tempo di sviluppo di un anno¹⁰². L'indagine condotta dalla Commissione presso terzi ha altresì confermato che un produttore di prese e interruttori standard non può iniziare a produrre un'apparecchiatura stagna senza dover sostenere considerevoli costi e tempi aggiuntivi.
329. Nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni, le parti hanno contestato quest'analisi della Commissione. Hanno affermato che le apparecchiature stagne sarebbero complementari alle altre prese e interruttori e che ogni gamma di prese e interruttori offrirebbe una soluzione stagna con lo stesso design, le stesse dimensioni e le stesse caratteristiche.
330. Ora, di norma i prodotti non sostituibili ma complementari non appartengono allo stesso mercato di prodotti¹⁰³. Le prese e gli interruttori standard e a tenuta stagna soddisfano esigenze diverse e un determinato impianto può includere soltanto prese e interruttori standard (per esempio in un appartamento) o utilizzare allo stesso tempo apparecchiature standard e stagne (per esempio per una casa in cui siano installate prese stagne in cantina

¹⁰¹ Risposta del 10 luglio 2001, domanda 15.

¹⁰² Risposta del 18 giugno 2001.

¹⁰³ Nella decisione della Commissione del 28 settembre 1992, IV/M.256 – Linde/Fiat, citata dalle parti a sostegno delle loro tesi, la Commissione si è basata su considerazioni di complementarità sul versante della domanda e di sostituibilità sul versante dell'offerta, ma ha lasciato aperta la definizione esatta di mercato del prodotto.

o all'esterno) oppure impiegare unicamente apparecchiature stagne (per esempio in un edificio industriale).

331. Le parti affermano anche che tutti i produttori noti di prese e interruttori venderebbero anche apparecchiature stagne. Se quest'argomentazione è valida per i concorrenti citati dalle parti, occorre tuttavia notare che non è così per Sarel, una controllata di Schneider che fabbrica, oltre ad altri prodotti (interruttori differenziali, materiale di fissaggio e di derivazione), anche una gamma di apparecchiature stagne e si definisce persino nel suo catalogo "lo specialista della tenuta stagna"¹⁰⁴. La domanda può essere pertanto soddisfatta da un'offerta mirata.
332. A ciò si aggiunge che, in Spagna, le posizioni di mercato dei principali concorrenti sono profondamente diverse sul mercato delle prese e degli interruttori standard rispetto al mercato delle apparecchiature stagne. Legrand è soltanto il numero due con il [10-20]*% di quota di mercato (dopo Simon con il [40-50]*%) per prese e interruttori standard, ma detiene la posizione di leader di mercato per le apparecchiature stagne con una quota di mercato di almeno [40-50]*%.
333. Le parti mettono in discussione quanto constatato dalla Commissione, ossia che le apparecchiature stagne e standard non sono sostituibili sul versante dell'offerta, e sostengono che la produzione e la commercializzazione di un semplice rivestimento sovrapposto alla presa o all'interruttore non richiederebbe una tecnologia importante e che il termine di un anno necessario, secondo Infra+, a un produttore di prese e interruttori standard per la realizzazione di apparecchiature stagne sarebbe di gran lunga inferiore rispetto a quello necessario per una serie normale (da 2 a 4 anni).
334. Tuttavia, l'affermazione secondo cui lo studio e la commercializzazione di una serie nuova di prese e interruttori *ex nihilo* richiederebbe un periodo ancora più lungo dello sviluppo di una serie stagna a partire da una serie standard non può invalidare la conclusione secondo cui non c'è sostituibilità sul versante dell'offerta. Infatti, il fabbricante di un prodotto vicino non può esercitare un effetto di disciplina sul comportamento concorrenziale delle imprese in questione se può riorientare la sua produzione verso il prodotto in questione e commercializzarlo a breve termine, senza dover sostenere notevoli costi e rischi aggiuntivi in reazione a variazioni leggere, ma permanenti, dei relativi prezzi¹⁰⁵.
335. Il fatto che non sia possibile sostituire sul versante dell'offerta le apparecchiature standard con quelle stagne è d'altronde attestato da Eunea Merlin Gerin, controllata spagnola di Schneider, che commercializza allo stesso tempo serie di apparecchiature standard e stagne, ma produce direttamente soltanto le prese e gli interruttori standard, mentre le apparecchiature stagne sono fabbricate da Sarel in Francia.
336. Infine, le parti citano diversi terzi, interrogati dalla Commissione nel quadro dell'indagine, che avrebbero aderito alla tesi secondo cui l'apparecchiatura stagna apparterebbe al mercato delle prese e interruttori. Ciononostante, i terzi citati nella risposta delle parti non hanno smentito i fatti scoperti dalla Commissione nel corso della

¹⁰⁴ Catalogo Sarel 2001, pag. 6.

¹⁰⁵ Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, punto 20.

sua indagine, mentre altri terzi, quali Siemens¹⁰⁶, hanno spiegato chiaramente che questi due tipi di prodotti non sono sostituibili sul versante dell'offerta.

337. La Commissione ritiene, pertanto, che le apparecchiature stagne formino un mercato di prodotti rilevante a parte.

Sistemi di controllo

338. I sistemi di controllo sono sistemi che gestiscono un'applicazione specifica in una zona particolare di un edificio (per esempio una stanza, un ufficio, un piano o un edificio intero). Le tre applicazioni principali interessate sono il sistema di riscaldamento, quello di illuminazione e quello dell'aria condizionata.

339. L'indagine approfondita condotta dalla Commissione ha dimostrato che, anche nell'ipotesi in cui si dovesse considerare ognuna delle diverse categorie di prodotti come un mercato di prodotto distinto, l'operazione notificata non solleverebbe problemi di concorrenza. Pertanto, la definizione esatta del o dei mercati di prodotti di questa categoria può essere lasciata in sospeso.

Sistemi di sicurezza e di protezione

Introduzione

340. I sistemi di sicurezza e di protezione sono intesi a proteggere le persone e le cose emettendo appositi segnali di allarme in caso di emergenza oppure fornendo un'illuminazione di sicurezza in caso di guasto del settore in questione. Le applicazioni principali di questi sistemi sono:

- protezione delle persone: i sistemi antincendio e i sistemi di illuminazione di sicurezza (dotati di blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza e sistemi di illuminazione di sicurezza per fonti centrali);
- protezione delle cose: i sistemi antifurto e i sistemi di controllo d'accesso.

341. Secondo le parti, tutti i sistemi di sicurezza devono essere considerati come parte di un solo mercato di prodotti, poiché tutti garantiscono la sicurezza. I diversi componenti dei sistemi di sicurezza assolverebbero certe funzioni che concorrono tutte a uno o due funzioni di base (protezione delle persone o protezione delle cose) e sarebbero dunque complementari. Inoltre, la coerenza del mercato sarebbe ampiamente garantita dalla normativa, che impone l'utilizzo congiunto dei diversi tipi di sistemi di sicurezza. Questo mercato di prodotti non includerebbe i prodotti destinati a fornire una protezione fisica (quali le porte di protezione, le porte tagliafuoco) o i sistemi di reazione (per esempio gli estintori automatici). Nel corso dell'indagine, le parti hanno tuttavia ammesso che deve essere operata una distinzione fra un mercato dei sistemi di protezione delle cose e un mercato dei sistemi di protezione delle persone.

342. Per i motivi suesposti, l'indagine approfondita condotta dalla Commissione nel quadro della procedura di seconda fase ha dimostrato l'esistenza di un mercato di prodotti distinto che riguarda i sistemi di illuminazione di sicurezza.

¹⁰⁶ Risposta del 22 giugno 2001.

343. Per quanto riguarda le altre categorie di sistemi di sicurezza, esclusi per i sistemi di illuminazione di sicurezza, la definizione esatta del mercato di prodotti può essere lasciata in sospeso, poiché, a prescindere dalla definizione, l'operazione notificata non solleverebbe problemi di concorrenza.

Illuminazione di sicurezza, sistemi antincendio e altri sistemi di sicurezza

344. I sistemi di illuminazione di sicurezza sono intesi a fornire un'illuminazione di emergenza in caso di mancato funzionamento del settore, permettendo in questo modo l'evacuazione delle persone, se del caso. Fra i sistemi di illuminazione di sicurezza, è opportuno distinguere due soluzioni alternative basate su tecnologie diverse:

- i blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza, che hanno loro batterie nell'alloggiamento che li contiene;
- i blocchi di illuminazione senza batterie, collegati a una fonte centrale che li rifornisce dell'energia necessaria per funzionare.

345. I sistemi di protezione delle persone (che includono i sistemi di illuminazione di sicurezza e i sistemi antincendio) non sono sostituibili sul versante della domanda con i sistemi di protezione delle cose, poiché questi sistemi distinti rispondono ad esigenze fondamentalmente diverse. Pertanto, i sistemi di protezione delle cose sono utilizzati in tutti i settori di attività, dall'ambiente residenziale ai grandi edifici terziari, e vengono di norma installati su base volontaria, tranne nel caso di edifici in cui il rischio è elevato (per esempio le banche o i musei). Per contro, secondo le informazioni fornite dalle parti, il sistema antincendio e l'illuminazione di sicurezza sono utilizzati negli edifici aperti al pubblico e sono obbligatori, come regola generale. Ne consegue che, dal punto di vista della domanda, i sistemi di protezione delle persone e i sistemi di protezione delle cose non possono essere integrati in un stesso mercato di prodotti. Questa opinione è d'altronde condivisa dalle parti.

346. Ora, le parti sostengono nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni che i sistemi di illuminazione di sicurezza e i sistemi antincendio fanno parte di uno stesso mercato, quello dei sistemi di protezione delle persone.

347. A questo proposito, occorre innanzitutto notare che i sistemi di illuminazione di sicurezza svolgono una funzione diversa da quella dei sistemi antincendio, benché, come indicato dalle parti, questi due tipi di sistemi siano "sinergici" nella misura in cui l'illuminazione di sicurezza completa il segnale di evacuazione generale inviato dal sistema antincendio in caso di incidente. Non sono pertanto sostituibili sul versante della domanda.

348. Nella loro risposta, le parti sostengono ciononostante che la funzione comune dell'illuminazione di sicurezza e del sistema antincendio sarebbe "la protezione e la sicurezza delle persone" e che questi due tipi di sistemi sarebbero inoltre complementari. Tuttavia, l'esistenza di una finalità ultima comune quale "la sicurezza delle persone", che i sistemi in questione condividono d'altro canto con numerosi altri prodotti e sistemi, non è sufficiente a collocare questi due tipi di sistemi in uno stesso mercato di prodotti. La stessa conclusione è suggerita dall'argomentazione relativa alla loro complementarità, come spiegato in precedenza per le apparecchiature stagne.

349. Inoltre, è opportuno notare che pochi produttori hanno posizioni di mercato rilevanti al tempo stesso nel settore dei sistemi di illuminazione di sicurezza e in quello delle altre

categorie di sistemi di sicurezza come i sistemi antincendio. Sebbene, come indicano le parti nella loro risposta, numerosi operatori siano attivi nei due segmenti, le loro posizioni di mercato sono spesso molto diverse. Secondo la valutazione di un terzo, dei cinque principali produttori di sistemi antincendio e antifurto in Francia, solo Legrand figura anche fra i cinque principali produttori di sistemi di illuminazione di sicurezza. Inoltre, il principale concorrente sul mercato dei sistemi antincendio in Francia e in Europa, Siemens/Cerberus, non è attivo nel settore dell'illuminazione di sicurezza.

350. Nella loro risposta, le parti ribadiscono che Schneider è riuscita ad aumentare le proprie vendite di sistemi antincendio dopo aver esteso la sua offerta a sistemi di illuminazione di sicurezza e che lo stesso fenomeno, in senso inverso, è stato constatato per quanto riguarda Cooper in Francia. L'esempio citato in precedenza di Siemens/Cerberus dimostra tuttavia che la possibilità di offrire al contempo sistemi antincendio e sistemi di illuminazione di sicurezza, anche se può dare un vantaggio commerciale, non è tale da giustificare la classificazione dei due tipi di sistemi in uno stesso mercato di prodotti.
351. Per quanto concerne la sostituzione sul versante dell'offerta, occorre notare che i diversi componenti dei sistemi antincendio (sensori antifumo, rottura vetri, centrali, segnalazione sonora e messaggeria e chiusura delle porte tagliafuoco), antifurto (rilevatore di presenza, rilevatori di rottura vetri o di colpi, rilevatori d'effrazione, centrali, sirene e trasmettitori telefonici) e di controllo dell'accesso (citofoni e videocitofoni, telecamere, schermi di visualizzazione e tastiere a codice) non sono in alcun modo interscambiabili con i blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza e i componenti di sistemi di illuminazione per fonti centrali (blocchi di illuminazione per fonti centrali e fonti centrali di alimentazione).
352. Al riguardo, le parti, nella loro risposta, sostengono semplicemente che tutti i sistemi di sicurezza soddisfano i principi di base, che sono il rilevamento e l'avvertimento, e che le tecnologie utilizzate nella produzione dei sistemi di illuminazione di sicurezza e dei sistemi di allarme antincendio sono molto simili tra loro. Ora, quest'affermazione di natura generale, che non è stata esplicitata dalle parti, non è sufficiente per sostenere che i sistemi in questione sarebbero sostituibili sul versante dell'offerta.
353. L'indagine approfondita condotta dalla Commissione presso terzi ha dimostrato che un produttore di sistemi antincendio non può iniziare a produrre materiale per l'illuminazione di sicurezza senza dover sostenere significativi costi e tempi aggiuntivi. Per esempio, un concorrente ha dichiarato che le tecnologie utilizzate per i sistemi di allarme antincendio, da un lato, e i sistemi di illuminazione di sicurezza, dall'altro, sono molto diverse. Il passaggio da una produzione dall'una all'altra richiederebbe un oneroso investimento e un approccio di circa 18 mesi prima di immettere sul mercato i primi prodotti¹⁰⁷.
354. Questa constatazione della Commissione non è stata messa in discussione dalle parti nella loro risposta. Le parti sostengono semplicemente che un periodo di 18 mesi deve essere considerato come un normale ciclo di creazione di un prodotto. Ciò non genera

¹⁰⁷ Cooper Menvier S.A., risposta al questionario concorrente della seconda fase (segmento 5) del 29 giugno 2001.

tuttavia una possibilità di sostituzione immediata ed efficace sul versante dell'offerta il cui effetto sarebbe equivalente a quello della sostituzione sul versante la domanda¹⁰⁸.

355. L'illuminazione di sicurezza non può pertanto essere considerata come parte integrante di uno stesso mercato di prodotti rilevante insieme ai sistemi antincendio. La Commissione ritiene pertanto che i sistemi di illuminazione di sicurezza debbano essere considerati come un mercato di prodotti distinto.

Elementi di collegamento per reti di comunicazione

356. La categoria degli elementi di collegamento per reti di comunicazioni, quale presentata dalle parti, è costituita dai componenti passivi integrati in una rete informatica a livello di un edificio o di un piano. Si tratta principalmente dei connettori informatici di ogni tipo (comprese le prese VDI), dei cavi di connessione e degli armadi ripartitori che utilizzano marchi diversi e dei loro componenti.
357. L'indagine approfondita della Commissione ha dimostrato che, anche nell'ipotesi in cui ognuna delle diverse categorie di prodotti andasse considerata come un mercato di prodotti distinto, l'operazione notificata non solleverebbe problemi di concorrenza. Pertanto, la definizione esatta del o dei mercati di prodotti di questa categoria può essere lasciata in sospeso.

B.3.2 Definizione dei mercati geografici

Prese e interruttori standard

Introduzione

358. Secondo le parti, la dimensione geografica del mercato per la vendita di prese e interruttori è nazionale. Le parti hanno tuttavia indicato nella notificazione che diverse tendenze che si registrano su questo mercato lo muovono verso un'internazionalizzazione.
359. La dimensione nazionale dei mercati si spiega con i considerevoli ostacoli all'ingresso fra i diversi mercati nazionali. Questi ostacoli sono imputabili principalmente al quadro normativo applicabile e alle consuetudini (in particolare estetiche) degli utenti finali e dei committenti. Tutti questi fattori si riflettono nella realtà attuale del funzionamento del mercato, in termini di presenza di diversi operatori (produttori, distributori eccetera), dei loro marchi, dei loro articoli di prodotti venduti sul mercato, nonché in termini di prezzo.

Quadro normativo

360. Il quadro normativo applicabile alle prese e agli interruttori è caratterizzato da un grado di armonizzazione meno spiccato rispetto agli altri prodotti di distribuzione elettrica quali, per esempio, i componenti di quadri elettrici.

¹⁰⁸ Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, punto 20.

361. Per le prese di corrente, esistono, oltre a norme costruttive (per esempio: CEI 60884-1 – norma internazionale – e HD 60884-1 – norma europea –), che riguardano le prestazioni e la sicurezza delle prese e sono incluse nel testo delle norme nazionali, norme nazionali specifiche relative al tipo di interasse delle spine da impiegare in base alla distanza tra i punti di connessione elettrica.. Le norme relative al passo delle spine sono differenti nei vari Stati membri e non si prevede che a breve e medio termine vengano armonizzate a livello internazionale o europeo.
362. Vi sono tre tipi principali consueti di spina per le prese comuni all'interno del SEE. La spina detta "franco-belga" è utilizzata in Francia, Belgio e in alcune zone limitrofe della Spagna. La spina detta "Schuko" è impiegata in Germania, nei paesi nordici, in Austria, in Spagna, in Portogallo, nei Paesi Bassi e in Grecia e la spina detta "British Standard" è utilizzata nel Regno Unito e in Irlanda. La Danimarca e l'Italia usano standard propri, premesso comunque che in Italia, oltre allo standard italiano, vengono utilizzate prese Schuko come prese con codifica¹⁰⁹.
363. Nella tabella 16 riportata di seguito figurano le norme relative alle spine applicabili negli Stati membri del SEE e gli standard ai quali appartengono:

Tabella 16

Paese	Denominazione corrente	Norma nazionale
Belgio	Franco-Belga	NBN 61112
Germania	Schuko	VDE 0624
Danimarca	Danese	DK 107-2-D1
Spagna	Schuko	UNE 20-315-94
Francia	Franco-Belga	NF C 61-303/320
Finlandia	Schuko	
Grecia	Schuko	ELOS 294
Italia	Italiana	CEI 23-16
Irlanda	Britannica	IS 180
Lussemburgo	Schuko	
Paesi Bassi	Schuko	NEN 1020
Portogallo	Schuko	NP 1260
Regno Unito	Britannica	BS 1363
Norvegia	Schuko	NEMKO 31/68
Svezia	Schuko	SEMKO 107

Fonte: parti.

364. La differenza nelle norme relative alle spine applicabili nei diversi Stati membri del SEE fa sì che le prese di corrente che appartengono a un sistema non possano essere utilizzate in un paese che ne adotta un altro.
365. Per contro, non è stata verificata l'ipotesi secondo cui l'esistenza di diverse norme relative alle spine all'interno di uno Stato membro porterebbe a una segmentazione geografica dei mercati rispetto a quella meramente nazionale. Infatti, in due Stati membri del SEE, la Spagna e l'Italia, esistono due norme parallele relative alle spine. Ciononostante, in ognuno di questi due paesi, vi è una norma ampiamente predominante (per l'Italia, la norma CEI 23-16 al 92%; per la Spagna, la norma Schuko al 95%), mentre la seconda norma è limitata ad applicazioni molto specifiche (Italia: la presa

¹⁰⁹ Si tratta di una spinatura diversa dallo standard, che si caratterizza per un punto di collegamento e la cui funzione è evitare di collegare certe apparecchiature che potrebbero introdurre parassiti nel circuito in questione.

Schuko è utilizzata come presa con codifica in tutto il paese) oppure il loro utilizzo si limita a regioni frontaliere (la norma franco-belga in Spagna).

366. Come per gli altri prodotti di distribuzione a bassa tensione, la commercializzazione di prese e interruttori è soggetta nella pratica a un'attestazione di conformità dei prodotti a un marchio nazionale di qualità, rilasciato dall'ente nazionale di certificazione competente su richiesta del produttore. Secondo le parti, ottenere un primo marchio di qualità in un paese richiede [2-7]* mesi e costa circa [1 000-5 000]* EUR per articolo. Se esiste un accordo di mutuo riconoscimento fra gli enti di certificazione in questione, per ottenere i marchi di qualità negli altri Stati, è sufficiente una procedura amministrativa, senza dover ripetere la prova. Ora, per le prese di corrente esistono accordi di mutuo riconoscimento soltanto all'interno di una zona uniforme di spine (per esempio nella zona Schuko)¹¹⁰.

Involucro

367. L'indagine ha altresì confermato che il rivestimento (estetica e natura fisica) e il design di prese e interruttori variano a seconda dello Stato membro. Poiché le prese e gli interruttori sono i principali componenti visibili dell'impianto elettrico, le consuetudini di gusto nazionale esercitano un'influenza determinante sulla scelta degli utenti. Per esempio, in Danimarca, il rivestimento specifico sviluppato da LK (la controllata danese di Schneider Lexel) si è imposto come quasi standard perché considerato rispondente al senso estetico nazionale.

Prese telefoniche e TV

368. Per quanto concerne le *prese telefoniche tradizionali*, è stato già fatto presente che queste ultime si caratterizzano per il fatto che rispondono a specifiche storiche degli operatori nazionali delle telecomunicazioni. Di conseguenza, sono diverse nei vari Stati membri per configurazione della spina. Inoltre, sono integrate in gamme il cui design e la cui estetica (forma, colore) sono studiati per rispondere ai gusti nazionali.

369. Anche le *prese TV* sono integrate in serie studiate per rispondere ai gusti nazionali. Benché la spina delle prese TV sia normalizzata dalle norme EN 50083-1, EN 50083-4 e EN 50083-7 a livello europeo, esistono standard nazionali diversi per gli zoccoli¹¹¹.

Presenza degli operatori e dei marchi

370. Le differenze in termini di norme relative alle spine e consuetudini di rivestimento e di estetica si traducono in differenze significative in termini di presenza dei diversi operatori e di prezzi dei loro prodotti nei vari Stati membri.

371. Innanzitutto, la presenza di vari produttori sul mercato varia in misura rilevante da uno Stato membro all'altro del SEE. Ad esempio, Legrand detiene posizioni di mercato notevoli in Francia, Italia, Grecia e Portogallo e in misura minore in Austria, Belgio,

¹¹⁰ Risposta delle parti del 21 giugno 2001, domanda 149.

¹¹¹ Gli standard seguenti sono stati indicati dalle parti (risposta del 10 luglio 2001, domanda 10): TAE in Germania, TDO in Austria, RTT in Belgio, RITA in Portogallo, RJ 12 in Spagna, RJ 11 in Grecia e in Italia e BS nel Regno Unito.

Spagna, Irlanda e Regno Unito. Per contro, questa società è assente o quasi sui mercati tedesco e olandese, nonché dei paesi nordici.

372. Schneider, con la sua controllata Lexel, è fortemente presente nei paesi nordici, ma detiene quote di mercato modeste nella maggior parte degli altri Stati membri, in particolare in Austria, Belgio, Germania, Spagna, Francia e Grecia ed è completamente assente dai mercati irlandese e olandese.
373. Dei principali concorrenti delle parti, soltanto ABB detiene posizioni di rilievo nella maggior parte degli Stati membri (ma non in Belgio, Danimarca, Francia, Grecia, Portogallo e Regno Unito). Siemens è presente in tre Stati membri (Austria, Germania e Grecia). Hager ha una posizione significativa soltanto nel Regno Unito. Tutti gli altri operatori sui diversi mercati sono produttori locali, che comunque possono detenere quote di mercato notevoli nei loro rispettivi paesi (come per esempio Niko in Belgio o Simon in Spagna).
374. La presenza di uno stesso produttore su diversi mercati nazionali non è tuttavia sinonimo di condizioni omogenee di concorrenza. In effetti, un produttore è spesso rappresentato da marchi diversi, che appartengono per esempio a società locali che, a un dato momento, sono state acquisite da un produttore internazionale. Così, per esempio, la presenza di Schneider sul mercato delle prese e degli interruttori è essenzialmente legata alla sua controllata Lexel, acquisita nel 1999, che, a sua volta, opera tramite controllate locali, quali Alombard (Francia), Eljo (Svezia), Strömfors (Finlandia) e altre. Legrand è attiva con il marchio Legrand in Francia, Belgio e Italia. I prodotti di BTicino, controllata italiana di Legrand, sono venduti con questo marchio in Italia e, in misura minore, anche in Francia e in altri paesi. ABB utilizza, oltre al marchio ABB, marchi locali in Germania (BJE), in Spagna (Niessen) e in Italia (Vimar).
375. Per quanto riguarda i produttori di *prese TV* che non sono attivi nel settore delle apparecchiature a corrente forte, le informazioni fornite dalle parti indicano che la loro presenza sul mercato varia anche in maniera notevole da paese a paese, benché si possa individuare, oltre agli operatori locali, un certo numero di imprese presenti in diversi o nella maggior parte dei mercati nazionali (come Philips, Kathrein, Hirschmann, Triax).
376. Una frammentazione ancora più accentuata può essere constatata per il mercato della distribuzione. Come esposto in precedenza, i grossisti, tramite i quali viene distribuita la maggior parte delle prese e degli interruttori, sono organizzati a livello nazionale e talvolta addirittura regionale o locale.

Articoli e prezzi

377. Per quanto riguarda i prodotti effettivamente venduti, dalle informazioni fornite dalle parti emerge che in ogni categoria di prodotto, gli articoli più venduti da Schneider e Legrand nei diversi Stati membri variano in maniera notevole a seconda del paese. Un numero considerevole degli articoli più venduti in un dato Stato membro non è affatto offerto in tutti gli altri Stati né nella maggior parte degli altri. Per esempio, Schneider non ha indicato neanche un articolo che figurerebbe fra i cinque più venduti in più di uno Stato membro e ha spiegato questa constatazione con le “consuetudini locali”¹¹². Legrand ha individuato in totale 151 articoli di prese di corrente, interruttori e variatori

¹¹² Cfr. tabella di cui all'allegato alla risposta alla domanda 139 del 21 giugno 2001.

(comprese le apparecchiature a tenuta stagna) che figurano fra i cinque articoli più venduti in almeno uno Stato membro e di cui soltanto due articoli si annoverano fra i cinque articoli più venduti in tre paesi diversi, mentre otto prodotti sono fra i più venduti in due Stati¹¹³. Occorre, tuttavia, notare che fra detti articoli, nessuno è venduto in Francia, mercato in cui la posizione di Legrand è più forte.

378. I prezzi dei prodotti in questione variano notevolmente da uno Stato membro all'altro, come mostra la tabella 17 di seguito riportata, che presenta le medie dei prezzi fornite dalle parti relative ad articoli diversi:

Tabella 17

Spagna	100
Portogallo	***
Francia	
Italia	****
Regno Unito	****

Base: Spagna = 100. Prezzo di vendita per l'anno 2000

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

379. La tabella precedente non prende in considerazione il fatto che la maggior parte degli articoli effettivamente venduti nei diversi Stati membri del SEE non sono identici. Ciononostante, il confronto dei prezzi di articoli venduti in vari Stati membri porta a constatare differenze di prezzo significative. Ad esempio, per gli articoli di prese e interruttori Legrand che figurano fra i 5 prodotti maggiormente venduti in più di uno Stato membro, le differenze rilevate fra i prezzi netti medi sono le seguenti:¹¹⁴

Tabella 18

Articolo	Paese in cui il prezzo è il più elevato	Paese in cui il prezzo è il più basso	Differenza di prezzo (%)

¹¹³ Cfr. documento intitolato "Annexe LPR" fornito in risposta alla domanda 139 del questionario del 6 aprile 2001.

¹¹⁴ Fonte: documento "Annexe LPR" (cfr. nota a piè di pagina 102).

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

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

Conclusion

380. I mercati rilevanti per la vendita di prese e interruttori sono pertanto di dimensione nazionale.

Apparecchiature stagne

381. Secondo quanto sostengono le parti, che inseriscono le apparecchiature stagne nel mercato delle prese e degli interruttori standard, il mercato geografico è nazionale. Infatti, la dimensione geografica del mercato delle apparecchiature stagne deve essere considerata come nazionale per motivi essenzialmente identici a quelli pertinenti per il mercato di prese e interruttori standard.

382. Inoltre, è opportuno ricordare che le consuetudini riguardo all'installazione nei diversi Stati membri sono diverse e richiedono, per esempio, di installare apparecchiature sporgenti o ad incasso o di utilizzare IP (indicatori del grado di tenuta stagna richiesta) diversi per una stessa applicazione a seconda dei paesi. Per esempio, per uno stesso locale si userà in Francia l'IP 55, nella zona Schuko l'IP 44 e nella zona British Standard l'IP 56, laddove il numero IP più elevato indica un più elevato grado di tenuta stagna. Queste consuetudini fanno sì che i prodotti fabbricati per il mercato di un paese in cui è accettato un IP inferiore non possano essere venduti in un paese con un IP più elevato, mentre i prodotti con IP di grado maggiore potrebbero essere troppo cari per essere commercializzati su vasta scala in un paese che richiede un IP più debole.

383. Pertanto, i prodotti venduti nei diversi Stati membri variano in misura sostanziale a seconda delle zone delle prese a spina. Dei cinque articoli di Legrand più venduti in Germania (paese della zona Schuko), quattro figurano anche fra i cinque articoli più venduti in Austria (anch'essa nella zona Schuko), ma non ve n'è neanche uno fra quelli venduti in Francia o nel Regno Unito, paesi che richiedono un IP nettamente più alto.

384. Anche nel caso in cui gli stessi articoli siano venduti in più paesi, i loro prezzi variano talvolta in maniera considerevole. La tabella seguente mostra per esempio i prezzi di vendita dei cinque primi articoli di Legrand in Francia e negli altri Stati membri in cui detti prodotti sono fra i cinque più venduti:

Tabella 19

Articolo (prezzo in EUR)	B	E	F	I	IRL	L	P
[...]* Prezzo medio di vendita			*	*		*	
[...]* Prezzo medio di vendita		*	*		*		*
[...]* Prezzo medio di vendita		*	*				*
[...]* Prezzo medio di vendita	*		*			*	
[...]* Prezzo medio di vendita			*				

Fonte: informazioni fornite dalle parti.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

Sistemi di illuminazione di sicurezza

385. Secondo le parti, il mercato dei sistemi di sicurezza e di protezione è di dimensione europea, se non maggiore. Le parti spiegano che l'esigenza a cui risponderebbero questi sistemi sarebbe presente in maniera costante in Europa e in tutti i paesi sviluppati. Le società attive nel settore della sicurezza opererebbero in diversi paesi europei le cui normative sarebbero prossime e convergenti.

386. Ciononostante, occorre notare che i prodotti per l'illuminazione di sicurezza sono installati in luoghi destinati ad accogliere il pubblico. Sono quindi soggetti a normative nazionali relative agli edifici destinati ad essere aperti al pubblico, che, almeno in alcuni paesi, comportano deroghe dalle norme armonizzate applicabili.

387. La norma europea applicabile all'illuminazione di emergenza è la norma EN 60598-2-22, trascrizione della norma internazionale CEI 60598-2-22 e applicabile in tutti gli Stati membri del SEE. Tuttavia, in Francia, esiste una deroga nazionale, citata nella norma europea. Questa deroga deriva dall'ordinanza del 2 ottobre 1978 relativa agli edifici destinati ad accogliere il pubblico e riguarda il livello di temperatura, la collocazione rispetto agli altri materiali elettrici e l'indipendenza dei circuiti di alimentazione¹¹⁵.

388. Come per le altre apparecchiature elettriche a bassa tensione, esistono marchi di qualità rilasciati dagli enti nazionali di certificazione. Tuttavia, a differenza di quanto previsto per gli altri prodotti in questione, in alcuni Stati membri, fra cui la Francia, è obbligatorio ottenere detto marchio. Ciò comporta in Francia costi per ottenere il marchio di circa [1 000-8 000]* EUR e un periodo di [1-12]* mesi, a meno che il prodotto non sia già stato certificato dall'ente competente di un altro Stato membro che

¹¹⁵ Risposta della parti del 21 giugno 2001, domanda 187.

aderisce al “Cenelec Certification Agreement”¹¹⁶. In Belgio, per gli edifici pubblici, la Régie des bâtiments del ministero degli Interni concede un riconoscimento sulla base di un regolamento specifico. Le parti hanno indicato che il costo per ottenere questo riconoscimento è di [1 000 – 5 000]* EUR e il tempo necessario è di [1–12]* mesi¹¹⁷.

389. Inoltre, le parti ammettono che i gusti e le consuetudini di impianto per quanto riguarda i sistemi di illuminazione di sicurezza variano a seconda dello Stato membro. Queste differenze riguardano, per esempio, le tensioni di alimentazione e la durata di autonomia dei blocchi di illuminazione, il che impone l'utilizzo di componenti diversi.
390. La presenza dei produttori sui diversi mercati nazionali dell'illuminazione di sicurezza varia in maniera considerevole. Legrand, con le sue controllate URA/Lumatic, detiene una quota di mercato del [60-70]* % in Francia ([70-80]*% secondo un documento interno delle sue divisioni di vendita), del [30-40]*% in Spagna, del [10-20]*% in Portogallo e del [10-20]*% in Belgio. In tutti gli altri paesi, la quota di mercato di Legrand è inferiore al [10-20]*%. Schneider ha una presenza di mercato significativa soltanto in Francia ([0-10]*% di quota di mercato).
391. Anche i nomi e le quote di mercato degli altri concorrenti variano da paese a paese. Soltanto Cooper/Menvier (presente in Austria, Belgio, Portogallo e Regno Unito), Zemper (Spagna e Portogallo) e Beghelli (Austria, Belgio, Italia) sono concorrenti importanti delle parti in più Stati membri¹¹⁸.
392. Legrand vende i suoi prodotti di illuminazione di sicurezza attraverso la rete di distribuzione, aspetto, questo, che contribuisce alla frammentazione nazionale dei mercati¹¹⁹.
393. Se un produttore è presente su diversi mercati nazionali, vende prodotti diversi. Ad esempio, dei cinque tipi di blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza più venduti in Francia, soltanto due figurano fra i cinque articoli più venduti da Legrand in un altro Stato membro del SEE, ovvero gli articoli [...] in Austria e in Portogallo. Tuttavia, questi due articoli sono venduti a un prezzo superiore in [...] rispetto a questi altri due paesi, come evidenziato dalla seguente tabella:

¹¹⁶ Cfr. *supra*, punto 61.

¹¹⁷ Risposta delle parti del 21 giugno 2001, domanda 187.

¹¹⁸ Risposta delle parti del 10 luglio 2001, domanda 31.

¹¹⁹ Cfr. *supra*, punti 202-210.

Tabella 20

Articolo (prezzo in EUR)	A	F	P
[...]* Prezzo medio di vendita	**	**	**
[...]* Prezzo medio di vendita	**	**	**

Fonte: parti.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

394. La Commissione conclude pertanto che il mercato geografico rilevante per la vendita dei sistemi di illuminazione di sicurezza è di dimensione nazionale, almeno per quanto riguarda il mercato francese.

B.4 *Materiali di fissaggio e di derivazione*

B.4.1 Definizione del mercato di prodotti per i materiali di fissaggio e di derivazione

395. Le parti definiscono un mercato di prodotti che comprende materiali di fissaggio e di derivazione utilizzati a valle del quadro terminale di distribuzione e a monte dell'apparecchiatura di installazione. Questo mercato contempla le seguenti categorie di prodotti:

- le scatole da incasso, ovvero le scatole fissate alle pareti e predisposte per ricevere, dall'interno della parete alimentazione elettrica e, dall'esterno, i meccanismi (prese e interruttori). Le parti precisano che queste scatole possono essere leggermente diverse a seconda del tipo di muro (cemento, parete divisoria a secco, muratura);
- le scatole di derivazione, ovvero le scatole utilizzate per alloggiare i raccordi dei cavi;
- le griglie di derivazione, ovvero gli accessori utilizzati per la realizzazione di derivazioni di cavi;
- le morsettiere, ovvero gli accessori utilizzati per collegare i fili e i cavi;
- le guide dei cavi, ovvero piccoli condotti utilizzati per alloggiare i cavi;
- gli attacchi, ovvero gli accessori di fissaggio dei cavi;
- i collari, ovvero gli accessori di fissaggio di un fascio di cavi sul supporto o fra di loro;
- i tubi rigidi, ovvero tubi destinati alle pose di cavi e alla protezione dei cavi.
- gli accessori di fissaggio dei tubi, ovvero gli accessori di fissaggio di tubi esterni ai muri.

396. Le parti ritengono che questi prodotti formino un solo ed unico mercato di prodotti perché sono tutti finalizzati all'infrastruttura di cablaggio di un impianto elettrico a partire dal quadro terminale di distribuzione fino al collegamento sulle apparecchiature ultra terminali (prese, interruttori eccetera). Più precisamente, questi prodotti, utilizzati in tutti gli impianti elettrici, servono a garantire la posa, la protezione e il raccordo dei cavi utilizzati negli impianti elettrici¹²⁰. Le parti aggiungono che questi prodotti sono sostituibili sul versante dell'offerta. Ricorrono, secondo loro, alle stesse tecnologie di base dello stampaggio, dell'estrusione, del taglio e della tornitura. Potrebbero essere realizzati in una sola operazione e con mezzi di produzione di costo limitato¹²¹. Le parti sostengono che le simulazioni in materia di tecnologie da gestire in vista della produzione di diversi materiali di fissaggio e di derivazione potrebbero permettere a una società che produca già certi articoli di lanciarsi nella produzione di altri prodotti¹²².
397. La definizione precisa del mercato di prodotti per la vendita di materiali di fissaggio e di derivazione può essere lasciata in sospeso nel caso di specie poiché, a prescindere dalla definizione di mercato presa in considerazione, l'operazione proposta solleva problemi di concorrenza identici.

B.4.2 Definizione del mercato geografico per i materiali di fissaggio e di derivazione

398. Le parti non prendono chiaramente posizione in merito alla dimensione geografica del mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione. Infatti, nel modulo CO sostengono che la dimensione geografica di questo mercato “non potrebbe essere considerata come puramente nazionale”. Gli elementi esposti di seguito, assieme alle considerazioni di ordine generale illustrate in precedenza per i quadri di distribuzione¹²³, confermano al contrario che il mercato di prodotti rilevante è di dimensione nazionale.

Specifiche nazionali si aggiungono alle norme internazionali relative alle scatole da incasso e di derivazione

399. Le scatole di fissaggio e di derivazione sono soggette alla norma CEI 60/670 che fissa le “regole generali relative agli involucri per installazioni fisse per uso domestico e simile”. Le parti spiegano tuttavia che questa norma non prevede specifiche in merito alla dimensione delle scatole in questione. Queste dimensioni sono in realtà stabilite dagli enti nazionali di normalizzazione, il che comporta particolarità nazionali. Infatti, questi organismi determinano le dimensioni che devono avere le scatole da incasso e di derivazione delle diverse basi, di solito in funzione delle caratteristiche del tipo di fabbricato più diffuso nello Stato membro in cui svolgono l'attività. Si tratterà in particolare della natura dei materiali da costruzione utilizzati, della qualità e della diversità di muri e pareti (cemento, mattoni, muratura, muri a secco eccetera). Le parti precisano tuttavia che certi gruppi di paesi, come i paesi nordici, hanno adottato

¹²⁰ Risposta delle parti alle domande 238 e 240 del questionario del 6 aprile 2001.

¹²¹ Risposta delle parti alla domanda 240 del questionario del 6 aprile 2001.

¹²² Risposta delle parti alla domanda 242 del questionario del 6 aprile 2001.

¹²³ Punti 202-210.

dimensioni analoghe. Infine, la Francia è lo Stato che non impone alcuna dimensione alle scatole da incasso e di derivazione¹²⁴.

Marchi di qualità nazionali si aggiungono alle norme internazionali per varie categorie di materiali di derivazione e di fissaggio

400. Negli Stati membri del SEE esistono marchi nazionali di qualità che riguardano varie categorie di materiali di derivazione e di installazione. I marchi nazionali di qualità, concessi da enti nazionali indipendenti di certificazione, garantiscono ai consumatori la conformità del prodotto contrassegnato ai requisiti tecnici definiti dalle norme applicabili ai prodotti in questione. Questi requisiti tecnici possono derivare da una norma europea, direttamente o indirettamente attraverso una norma nazionale di recepimento a livello interno della norma internazionale, oppure da una norma nazionale indipendente dalle norme internazionali. Non è obbligatorio ottenere questi marchi nazionali di qualità, ma le parti riconoscono che il vantaggio commerciale di questi marchi per i materiali di fissaggio e di derivazione è innegabile in diversi paesi, segnatamente la Germania, la Francia e l'Italia¹²⁵.

401. Le parti hanno per esempio ottenuto marchi di qualità per i seguenti prodotti:

- diversi articoli di scatole da incasso che commercializzano¹²⁶: OVE (Austria) e CEBEC (Belgio);
- morsettiere: NF (Francia), KEMA (Paesi Bassi), VDE (Germania), IMQ (Italia), AENOR (Spagna), CEBEC (Belgio)¹²⁷;
- tubi rigidi: NF USE (Francia), emesso dall'LCIE¹²⁸.

Gli articoli di materiali di fissaggio e di derivazione più venduti variano sensibilmente a seconda dello Stato membro

402. In linea generale, Schneider spiega che, per quanto concerne i materiali di fissaggio e di derivazione, i cinque articoli più venduti sono diversi da paese a paese a seconda delle consuetudini locali¹²⁹. Inoltre, le diverse entità del gruppo Schneider presenti sul mercato rilevante, quali Alombard o Sarel, di solito commercializzano questi prodotti solo in uno Stato membro. I confronti riportati di seguito riguardano quindi essenzialmente i prodotti del gruppo Legrand.

¹²⁴ Risposta delle parti dell'11 luglio 2001 a una domanda della Commissione del 6 luglio 2001.

¹²⁵ Risposta alla domanda 246 del questionario del 6 aprile 2001.

¹²⁶ Allegato alla risposta delle parti alla domanda 66 del questionario del 6 aprile 2001.

¹²⁷ Risposta delle parti del 20 luglio 2001 a una domanda della Commissione del 3 luglio 2001.

¹²⁸ Risposta delle parti del luglio 2001 a una domanda della Commissione del 3 luglio 2001.

¹²⁹ "General Comment" sull'allegato alla risposta di Schneider alla domanda 139 del questionario del 6 aprile 2001.

Scatole da incasso

403. Le parti spiegano che gli articoli più venduti variano sensibilmente a seconda dello Stato membro¹³⁰. Dai dati forniti da Legrand emerge infatti che l'elenco dei cinque tipi di scatole da incasso più venduti varia in maniera significativa da uno Stato membro all'altro e che è difficile trovare un articolo che faccia parte di questo elenco in più di tre Stati membri. Pertanto, nell'elenco fornito da Legrand e relativo ai cinque tipi di scatole da incasso più venduti per 11 paesi del SEE nel 2000¹³¹, figurano 37 articoli. Di questi 37 articoli, tre sono presenti in quattro Stati (e neanche uno in più di quattro Stati) e tre compaiono in tre paesi.

Griglie di derivazione

404. Le parti spiegano che le griglie di derivazione sono prodotti utilizzati soltanto in Francia e in qualche altro Stato membro¹³². Emerge da un documento interno di Legrand¹³³ che nel corso del 2000 questa impresa, che è presente sul mercato dei prodotti di derivazione e di fissaggio in sette Stati membri, ha commercializzato questo articolo soltanto in quattro Stati membri, ovvero Francia, Germania, Austria e Irlanda¹³⁴.

Tubi rigidi di fissaggio

405. Le parti spiegano che il diametro dei tubi rigidi utilizzati all'esterno varia da uno Stato membro all'altro. Questo comporta che anche i diametri dei materiali utilizzati per fissare questi tubi variano da un paese all'altro. Le parti aggiungono che certi Stati membri utilizzano tubi metallici mentre altri impiegano tubi in PVC¹³⁵.

Collari di fissaggio

406. Dai dati forniti da Legrand emerge che l'elenco dei cinque tipi di collari di fissaggio più venduti variano in maniera significativa da uno Stato membro all'altro e che è difficile trovare un articolo che figuri nell'elenco in più di tre Stati membri. Pertanto, nell'elenco fornito da Legrand relativo ai cinque tipi di collari di fissaggio più venduti per i 15 paesi del SEE¹³⁶, figurano 39 articoli. Di questi 39 articoli, solo due sono presenti in quattro Stati (e nessuno in più di quattro Stati) e sei compaiono in due paesi.

407. Inoltre, le parti spiegano che, per quanto riguarda i collari di fissaggio, una categoria particolare, i "collari Colson", è di gran lunga più utilizzata in certi Stati membri del SEE, in particolare in Francia, che in altri. La particolarità di questo prodotto è la qualità estremamente elevata (resistenza alle aggressioni climatiche, resistenza agli strappi), riconducibile all'utilizzo di un materiale plastico più resistente ma anche molto più costoso rispetto a quello impiegato per gli altri collari. L'uso particolarmente diffuso in

¹³⁰ Risposta delle parti alla domanda 244 del questionario del 6 aprile 2001.

¹³¹ Allegato Legrand alla domanda 139 del questionario del 6 aprile 2001.

¹³² Risposta delle parti alla domanda 244 del questionario del 6 aprile 2001.

¹³³ Allegato alla risposta di Legrand alla domanda 139 del questionario del 6 giugno 2001.

¹³⁴ Allegato Legrand alla risposta 193 del questionario del 6 aprile 2001.

¹³⁵ Risposta delle parti alla domanda 244 del questionario del 6 aprile 2001.

¹³⁶ Allegato alla risposta di Legrand alla domanda 139 del questionario del 6 giugno 2001.

Francia del collare Colson è legato al fatto che è stato adottato da EDF per le sue esigenze, poiché EDF aveva ritenuto che il costo di intervento su luoghi molto lontani in caso di rottura di un collare fosse inaccettabile e proibitivo¹³⁷.

Differenze di prezzo sensibili fra Stati membri

408. Riguardo a ciascuna delle principali categorie di materiali di fissaggio e di derivazione, la Commissione ha chiesto alle parti di fornire il prezzo medio delle vendite per ognuno dei cinque articoli più venduti per Stato membro, in tutti gli Stati in cui detti articoli sono in commercio¹³⁸. Nel caso in cui gli stessi articoli figurino fra i cinque più venduti in più di un paese, i loro prezzi di vendita sono sensibilmente diversi.
409. Ad ogni modo, questi articoli costituiscono una percentuale importante delle vendite di Legrand per ognuna delle categorie dei materiali di fissaggio e di derivazione. Sono quindi rappresentativi di queste categorie di prodotti.

Scatole da incasso

410. La tabella 21 riportata di seguito indica il prezzo di vendita, in euro, di ciascun tipo di scatole da incasso di Legrand che nel 1999 sono stati fra i cinque articoli più venduti in almeno due Stati membri.

¹³⁷ Risposta delle parti del 25 giugno 2001 a una domanda della Commissione del 21 giugno 2001.

¹³⁸ Allegato alla risposta delle parti alla domanda 245 del questionario del 6 aprile 2001.

Tabella 21

Articolo	DE	DK	BE	FR	GR	NL	PT	ES	UK
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: FR=100)				(100)	**				
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: DE=100)	(100)					**			***
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: DE=100)	(100)					**			
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: DE=100)	(100)	***							***
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: DK=100)		(100)	**				**		
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Prezzo medio di vendita (Prezzo relativo: DE=100)	(100)				*	**		*	

Fonte: parti.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

411. Ad eccezione dell'articolo [...]*, le differenze di prezzo fra Stati membri sono particolarmente rilevanti per la grande maggioranza dei tipi di scatole da incasso commercializzate da Legrand. Per limitarsi ai confronti fra i soli Stati membri confinanti o vicini:

- l'articolo [...]* è venduto a [...]*EUR in [...]* e a [...]*EUR in [...]*, ovvero con una differenza del [0-50]*%;
- l'articolo [...]* è venduto a [...]*EUR in [...]* e a [...]*EUR in [...]*, ovvero con una differenza del [0-50]*%;

- l'articolo [...] è venduto a [...]EUR in [...] e a [...]EUR in [...], ovvero con una differenza del [0-50]*%;
- l'articolo [...] è venduto a [...]EUR in [...] e a [...]EUR in [...], ovvero con una differenza del [50-100]*%;
- l'articolo [...] è venduto a [...]EUR in [...] e a [...]EUR in [...], ovvero con una differenza del [50-100]*%.

Collari

412. La tabella 22 riportata di seguito indica il prezzo di vendita, in euro, di ciascun tipo di collari di Legrand che nel 2000 sono stati fra i cinque articoli più venduti in almeno due Stati membri.

Tabella 22

Articolo	AT	BE	DE	DK	ES	FR =100	GB	GR	IR	NL	PT
[...] * Prezzo medio di vendita			***			(100)					
[...] * Prezzo medio di vendita			***	****		(100)	****	***			
[...] * Prezzo medio di vendita		***	**	***	**	(100)	****	****			
[...] * Prezzo medio di vendita				***	**	(100)					

Fonte: parti.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

413. Le differenze di prezzo fra gli Stati membri sono particolarmente rilevanti per la grande maggioranza dei tipi di collari commercializzati da Legrand. Per limitarsi alle differenze fra i soli Stati membri confinanti o vicini:

- l'articolo [...] è venduto a [...]EUR in [...] e a [...] EUR in [...], ovvero una differenza del [0-50]*%;
- l'articolo [...] è venduto a [...] EUR in [...], a [...]EUR in [...] e a [...]EUR in [...], ovvero una differenza del [0-50]*% fra [...] e [...], una differenza del [0-50]*% fra [...] e [...] e una differenza del [0-50]*% fra [...] e [...];
- l'articolo [...] è venduto a [...] EUR in [...] e a [...] EUR in [...], ovvero una differenza del [0-50]*%;
- l'articolo [...] è venduto a [...]EUR in [...] e a [...] EUR in [...], ovvero una differenza del [0-50]*%;

- l'articolo [...] (non inserito nella tabella 22) è venduto a [...] EUR in [...] e a [...] EUR [...], ovvero una differenza del [0-50]*%.

Griglie di derivazione

414. Dai dati forniti da Legrand¹³⁹ emerge che nel 2000 quest'impresa ha commercializzato griglie di derivazione in quattro Stati membri. Gli articoli citati di seguito fanno parte dei cinque articoli più venduti in questi Stati membri nel corso di quest'anno. Si tratta quindi di articoli che generano un cospicuo volume di vendita nella categoria delle griglie di derivazione e sono quindi rappresentativi a questo titolo dell'insieme della categoria.

415. Nel corso del 2000, il prodotto Legrand con l'articolo [...] e denominato “[...]” era venduto al prezzo unitario medio di:

- [90-130]*EUR in Francia;
- [290-330]* EUR in Austria;
- [340-380]* EUR in Irlanda.

416. Nel 2000 il prodotto Legrand con l'articolo [...] denominato “[...]” era venduto al prezzo unitario medio di [...] EUR in [...], mentre era venduto al prezzo unitario medio di [...] EUR in [...] ovvero una differenza del [50-100]*%.

417. Infine, nel 2000 il prodotto Legrand con l'articolo [...] e denominato “[...]” era venduto al prezzo unitario medio di [...] EUR in [...], mentre era venduto al prezzo unitario medio di [...] EUR in [...], ovvero una differenza del [250-300]*%.

Guide per cavi

418. La tabella 23 riportata di seguito indica il prezzo di vendita, in euro, di ogni tipo di guide per cavi di Legrand che nel 1999 sono stati fra i cinque articoli più venduti in almeno due Stati membri.

Tabella 23

¹³⁹ Allegato alla risposta di Legrand alla domanda 139 del questionario del 6 aprile 2001.

Articolo (prezzo in EUR)	DE	AUT	BE	DK	ES	FR = 100	GR	FIN
[...]* Prezzo medio di vendita	*****		9*			(100)		11*
[...]* Prezzo medio di vendita			8*			(100)		11*
[...]* Prezzo medio di vendita	****	*****	*****	***	7*	(100)	*****	11*
[...]* Prezzo medio di vendita	****	*****	*****		7*	(100)	*****	7*

Fonte: parti

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

419. Le differenze di prezzo fra Stati membri sono particolarmente rilevanti per la grande maggioranza dei tipi di guide per cavi commercializzate da Legrand. Per limitarsi alle differenze fra certi Stati membri vicini:

- l'articolo [...] è venduto a [...] EUR in [...], a [...] EUR in [...] e a [...] EUR in [...], ovvero una differenza del [50-100]% fra [...] e [...], del [50-100]% fra [...] e [...] e del [300-350]% fra [...] e [...];
- l'articolo [...] è venduto a [...] EUR in [...] e a [...] EUR in [...], ovvero una differenza del [50-100]%;
- l'articolo [...] è venduto a [...] EUR in [...] e a [...] EUR in [...], ovvero una differenza del [50-100]%

Nessun concorrente ad eccezione delle parti è presente in più di uno Stato membro e le posizioni delle parti nei vari Stati membri sono asimmetriche

420. Risulta che poche imprese attive sul mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione siano presenti in più Stati membri. I documenti trasmessi dalle parti¹⁴⁰ indicano che solo Schneider e Legrand commercializzano questi prodotti in più di uno Stato membro del SEE. Così Schneider è presente in sei Stati membri del SEE (Danimarca, Finlandia, Francia, Italia, Svezia e Norvegia) e Legrand in sette Stati membri (Spagna, Francia, Italia, Irlanda, Paesi Bassi, Portogallo e Regno Unito). I principali concorrenti delle parti, Hager, Siemens, ABB, Gewiss, sono presenti soltanto in uno Stato membro, anche se si tratta, almeno per i primi tre citati, di gruppi importanti affermati in numerosi Stati membri del SEE.

421. Inoltre, le quote di mercato indicate dalle parti¹⁴¹ dimostrano che le loro posizioni nei vari Stati membri in cui sono presenti sono molto eterogenee. Per esempio, Schneider detiene una quota di mercato del [20-30]% in Francia, ma soltanto del [0-10]% in Italia. Analogamente, detiene una quota di mercato del [60-70]% in Norvegia, ma soltanto del [30-40]% in Svezia. Quanto a Legrand, dispone di una quota di mercato del [50-60]% in Francia, ma soltanto del [10-20]% in Italia e del [10-20]% in Spagna. Le

¹⁴⁰ Allegato 16 al modulo CO.

¹⁴¹ Allegato 16 al modulo CO.

parti fanno altresì presente che sul mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione “esiste spesso una concorrenza nazionale di piccole e medie imprese che possono detenere quote di mercato locali importanti”¹⁴².

La distribuzione dei materiali di derivazione e di fissaggio si organizza su una base nazionale

422. Le parti spiegano che in media il 90% del fatturato dei produttori di materiali di fissaggio e di derivazione è generato dalle vendite ai grossisti¹⁴³.
423. Come spiegato in precedenza, i rapporti fra produttori e grossisti di materiali di distribuzione elettrica si organizzano su una base nazionale, anche per quanto concerne i produttori e i grossisti di dimensione europea. Questa constatazione si applica anche ai materiali di fissaggio e di derivazione. Anche la distribuzione di questi prodotti si organizza su una base nazionale.

Conclusione

424. In conclusione, il mercato geografico rilevante per la vendita di materiali di derivazione e di fissaggio è di dimensione nazionale. Nella loro risposta, le parti non hanno contestato questa conclusione.

B.5 Prodotti di trasformazione e di alimentazione

B.5.1 Mercati di prodotti

425. I trasformatori e gli alimentatori sono componenti delle apparecchiature a bassa tensione di controllo degli automatismi delle macchine impiegate nei processi industriali e negli edifici. Questi prodotti forniscono tensioni e correnti adatte alla parte di controllo e potenza delle apparecchiature di automatismo. In effetti, per motivi di sicurezza, gli automatismi devono essere isolati dalla rete principale e richiedono spesso tensioni di alimentazione diverse (possono essere di livello minimo o continue per esempio) dalla tensione di rete.
426. Le parti spiegano che i trasformatori e gli alimentatori appartengono allo stesso mercato di prodotti poiché rientrerebbero in scelte tecnologiche che rispondono a una stessa esigenza, quello di fornire corrente elettrica a un automatismo. Questa proposta non è tuttavia inattuabile.
427. Innanzitutto, trasformatori e alimentatori assolvono funzioni diverse. I trasformatori sono destinati ai circuiti di controllo a corrente alternata e permettono di adattare il livello di tensione e di isolare il sistema della rete principale. Gli alimentatori consentono di fornire tensioni continue. Le parti hanno inoltre spiegato nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni che gli alimentatori offrono spesso un grado di sofisticatezza e funzionalità molto superiore (protezione, messa in sicurezza, controllo ad alta prestazione eccetera), che, secondo loro, si riflettono nel prezzo più elevato degli alimentatori rispetto ai trasformatori.

¹⁴² Risposta delle parti del 16 luglio 2001 a una domanda della Commissione del 3 luglio 2001.

¹⁴³ Modulo CO, pag. 102.

428. Successivamente, la scelta dell'automatismo determina la scelta fra trasformatori e alimentatori. Come hanno spiegato le parti, nell'ambito dell'indagine, la scelta dell'una o dell'altra tecnologia dipende da una scelta a monte relativa all'automatismo stesso. Vi sarebbe di conseguenza sostituibilità fra una coppia automatismo/trasformatore e una coppia automatismo/alimentatore. Deriva dal ragionamento delle parti che i trasformatori e gli alimentatori per automatismi non sono più sostituibili sul versante della domanda una volta operata la scelta dell'automatismo.
429. Inoltre, questi due tipi di prodotti sembrano complementari. Come spiegano le parti, gli automatismi moderni includono di solito un trasformatore per l'isolamento e alimentatori elettronici per l'adeguamento e la regolazione dei livelli di tensione. Ora, in questo senso le tecnologie in questione sono complementari piuttosto che in concorrenza fra loro.
430. Nella loro risposta, le parti sostengono ciononostante che la scelta fra trasformatori e/o alimentatori resterebbe molto aperta a un uso piuttosto che a un altro anche dopo la scelta dell'automatismo.
431. Tuttavia, questa affermazione non solo contraddice le spiegazioni fornite dalle parti in risposta alle richieste di informazioni della Commissione nel corso dell'indagine¹⁴⁴; è anche invalidata da spiegazioni fornite nel catalogo Télémécanique (Schneider), che illustra nel dettaglio, sotto forma di "guida alla scelta", quali sono le funzioni dei trasformatori, degli alimentatori raddrizzati filtrati e degli alimentatori switching e per quali applicazioni (per esempio in termini di circuiti di controllo, di ambiente, di rete, di sensibilità di carico eccetera) si prestano questi tipi di prodotti¹⁴⁵. Le parti aggiungono nella loro risposta altri criteri di scelta quali l'affidabilità, le condizioni di manutenzione o la standardizzazione delle componenti dell'automatismo che possono determinare la scelta sia di un trasformatore sia di un alimentatore, persino un certo tipo di alimentatore. Ne deriva che i trasformatori e gli alimentatori sono sostituibili sul versante dell'offerta solo in misura estremamente limitata.
432. I prezzi dei trasformatori e degli alimentatori sono nettamente diversi. Fra gli articoli di Schneider che figurano fra i cinque articoli più venduti in ognuno degli Stati membri del SEE, i prezzi medi dei trasformatori variano da [10-50]* EUR (articolo [...] in [...]* a [40-80]* EUR (articolo [...] in [...]*), mentre i prezzi medi degli alimentatori sono tra [10-50]* EUR (articolo [...] in [...]* e [480-520]* EUR (articolo [...] in [...]*). I prezzi corrispondenti di Legrand oscillano da [0-40]* EUR (articolo [...] in [...]* a [180-220]* EUR (articolo [...] in [...]* per i trasformatori e da [40-80]* EUR (articolo [...] in [...]* e [400-440]* EUR (articolo [...] in [...]* per gli alimentatori.
433. Nella loro risposta, le parti giustificano questa differenza di prezzi con il grado di sofisticatezza e funzionalità più elevato degli alimentatori rispetto ai trasformatori.
434. Ora, questa affermazione implica chiaramente che i due tipi di prodotti non sono sostituibili sul versante della domanda in considerazione delle loro caratteristiche e dei loro prezzi¹⁴⁶.

¹⁴⁴ Risposta del 19 marzo 2001 al questionario del 14 marzo 2001, domanda 25.

¹⁴⁵ Catalogo Télémécanique 1999, pagg. 366/367.

¹⁴⁶ Cfr. la definizione del mercato rilevante di prodotti nella comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, punto 7.

435. I trasformatori e gli alimentatori sono inoltre molto diversi da un punto di vista tecnologico. Le parti hanno spiegato nel corso dell'indagine che gli alimentatori seguono una tecnologia "logica programmata" e sono costituiti da componenti essenzialmente elettronici (anche se sono dotati di un trasformatore nella maggior parte dei casi), mentre i trasformatori sono di una tecnologia "logica cablata" con componenti elettromeccanici e non presentano componenti elettronici¹⁴⁷. I trasformatori sono prodotti la cui tecnologia è del tutto stabilizzata mentre gli alimentatori derivano da tecnologie ancora in sviluppo¹⁴⁸. Un concorrente ha spiegato che non soltanto i mezzi di produzione, ma anche le apparecchiature di collaudo e di verifica sono diverse per i trasformatori e per gli alimentatori. Per questo motivo, un produttore di trasformatori deve affrontare costi e tempi considerevoli per avviare la fabbricazione di alimentatori e viceversa¹⁴⁹. I prodotti in questione non sono quindi sostituibili sul versante dell'offerta.
436. In opposizione a questo argomento, le parti hanno sostenuto nella loro risposta che esisterebbe una grande varietà di funzioni specifiche assolve da trasformatori o da alimentatori e che pertanto equiparare i trasformatori a certi prodotti industriali a "logica cablata" e gli alimentatori ad altri prodotti a "logica programmata" sarebbe una soluzione "semplicistica". Inoltre, le parti ritengono che il passaggio dalla produzione dei trasformatori a quella degli alimentatori e viceversa "non pone difficoltà", senza per questo spiegare nel dettaglio i tempi e i costi da affrontare.
437. Una simile affermazione non può invalidare il fatto che i trasformatori e gli alimentatori non sono sostituibili sul versante dell'offerta. Infatti, a prescindere dalla varietà possibile di soluzioni di alimentatori, dalle informazioni fornite sia dalle parti sia da terzi menzionati in precedenza emerge che tutte le varianti di alimentatori si basano su una tecnologia fondamentalmente diversa da quella dei trasformatori.
438. Le parti hanno inoltre sostenuto che la maggior parte degli operatori sul mercato vende al contempo trasformatori e alimentatori. È opportuno tuttavia notare che, nonostante numerosi produttori siano in effetti presenti nei due segmenti, di tutti i concorrenti che detengono una quota di mercato superiore al [...] *% sul mercato combinato dei trasformatori e degli alimentatori in Francia, soltanto Siemens e Cecla sono attivi nei due segmenti, in quanto gli altri sono presenti soltanto nel segmento degli alimentatori e pertanto non esercitano una pressione concorrenziale effettiva nei confronti delle parti nel segmento dei trasformatori.
439. Inoltre, le parti sostengono nella loro risposta che l'uso del trasformatore tende a diminuire a favore dell'uso dell'alimentatore, considerata la tendenza del mercato verso una maggiore tecnicità e verso un impiego sempre più marcato dell'elettronica. Questa tendenza costringerebbe gli operatori del mercato a riorientare la loro produzione, passando dalla produzione di trasformatori a quella degli alimentatori raddrizzati (elettromeccanici), poi agli alimentatori raddrizzati filtrati (elettromeccanici) e infine agli alimentatori stabilizzati (elettronici).
440. Tuttavia, se a medio e lungo termine esiste una simile tendenza, non è tale da esercitare una pressione concorrenziale sufficiente nei confronti dei produttori di trasformatori. Come spiegato in precedenza, la scelta di un trasformatore o di un alimentatore dipende

¹⁴⁷ Risposta del 19 marzo 2001 al questionario del 14 marzo 2001, domanda 25.

¹⁴⁸ Complemento al modulo CO del 14 marzo 2001, pag. 12.

¹⁴⁹ Polylux, risposta del 9 luglio 2001.

dalla scelta di un automatismo predeterminato, in modo che la sostituzione descritta dalle parti può avvenire soltanto a livello della scelta fra una soluzione “automatismo + trasformatore” e una soluzione “automatismo + alimentatore”. Ora, poiché la scelta di un automatismo si fa in generale non solo sulla base del modo di accesso alla fonte elettrica, non è verosimile che un aumento dei prezzi dei trasformatori, da solo, sarebbe sufficiente a far spostare una parte sufficientemente importante della domanda da una soluzione “automatismo + trasformatore” a una soluzione “automatismo + alimentatore”. Ciò è d'altronde dimostrato dalle variazioni di prezzo illustrate ai punti precedenti.

441. La Commissione ritiene pertanto che i trasformatori e gli alimentatori elettronici rientrino in mercati di prodotti distinti.

B.5.2 Mercato geografico

442. In termini di mercato geografico, le parti sostengono che il mercato sia di dimensione europea. Spiegano che i trasformatori, nonché i prodotti di alimentazione, sono standardizzati a livello internazionale e che i principali concorrenti vantano una presenza internazionale sulla base di un catalogo standard e di un marchio unico.

443. Il quadro normativo applicabile ai trasformatori e ai prodotti di alimentazione è armonizzato a livello europeo. Le norme che riguardano i trasformatori di tensioni sono le norme CEI della serie 61558 e le norme EN della stessa serie. Queste norme contemplano tutti gli aspetti legati alla sicurezza elettrica, termica e meccanica dei trasformatori di tensione primaria inferiore a 1 000V, nonché degli alimentatori in cui sono incorporati questi trasformatori. Gli alimentatori stabilizzati sono coperti dalla norma CEI 60950 e dalla norma equivalente europea con lo stesso numero. Oltre a queste norme internazionali ed europee, non esistono norme nazionali.

444. Su richiesta dei clienti, i costruttori di trasformatori e di prodotti di alimentazione fanno certificare da laboratori indipendenti la conformità dei loro prodotti alle norme applicabili. Come spiegano le parti, tutti i laboratori autorizzati degli Stati membri del SEE possono effettuare le prove necessarie e rilasciare un certificato di conformità alla norma. Tuttavia, la notorietà del laboratorio e la fama di cui gode sul mercato sono elementi fondamentali al momento della decisione. Le parti quantificano i tempi e i costi necessari per ottenere il certificato in rispettivamente [1-18]* mesi e [50-250]* FF. Sebbene questi costi non possano certo dirsi proibitivi, rappresentano comunque un ostacolo all'ingresso sul mercato tutt'altro che trascurabile, se si considera che occorre ottenere la certificazione per ogni articolo di prodotto separatamente e che i certificati devono essere rinnovati a intervalli regolari.

445. L'analisi dei prezzi offerta dalle parti fa emergere variazioni sostanziali da uno Stato membro all'altro. La tabella riportata di seguito indica il prezzo di vendita, in euro, di ogni tipo di trasformatore e di alimentatore di Schneider che fa parte dei 5 articoli più venduti in almeno 2 Stati membri:

Tabella 24

Articolo (prezzo in EUR)	B	D	DK	E	F	I	NL	UK	S	N
Trasformatore [...] * Prezzo medio di vendita	*	*	**	*	*	*	*	*	*	
Trasformatore [...] * Prezzo medio di vendita	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Trasformatore [...] * Prezzo medio di vendita	*	*	*	*	*		*		*	*
Alimentatore [...] * Prezzo medio di vendita	**		**	**	**	**		11*	**	
Alimentatore [...] * Prezzo medio di vendita					***	**	***			
Alimentatore [...] * Prezzo medio di vendita	**		**		**					
Alimentatore [...] * Prezzo medio di vendita					**				**	
Alimentatore [...] * Prezzo medio di vendita					***					**

Fonte: le parti.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

446. Tali differenze di prezzo indicano che l'offerta può far aumentare i prezzi in certi paesi, senza rischiare che i clienti importino le apparecchiature in questione dai paesi vicini.

447. Nella loro risposta, le parti sostengono che le variazioni dei prezzi di Schneider non forniscono indicazioni sulla definizione del mercato geografico, poiché risulterebbero dal fatto che Schneider avrebbe deciso di non sviluppare una politica dei prezzi in Europa, considerate le quantità modeste di prodotti in questione e il fatturato minimo corrispondente. Ora, in assenza di una politica dei prezzi a livello di gruppo, risulta che i prezzi fissati dalle controllate di Schneider nei diversi paesi riflettano bene le condizioni di concorrenza nei rispettivi Stati. Le variazioni dei prezzi constatate sono pertanto l'espressione di condizioni di concorrenza significativamente diverse da paese a paese¹⁵⁰.

¹⁵⁰ Cfr. la definizione del mercato geografico rilevante nella comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, punto 8.

448. Va peraltro notato che si registrano variazioni di prezzi, in misura minore, anche per Legrand. La tabella seguente riporta i prezzi dei cinque tipi di trasformatore più venduti in Francia che figurano anche fra i cinque articoli più venduti in un mese in un altro Stato membro:

Tabella 24a

Articolo (prezzi in EUR)	B	D	DK	E	F	I	L	NL	N
[...]*	[0-20]*				[20-30]*				
[...]*	[0-20]*				[20-30]*		[20-30]*	[0-20]*	
[...]*					[30-40]*				[40-50]*

Fonte: le parti.

449. Secondo le parti, il 60% dei trasformatori e dei prodotti di alimentazione da loro venduti è distribuito tramite i grossisti, che sono organizzati su scala nazionale. Per la Francia, paese in cui le sovrapposizioni fra le parti sono più significative, Schneider valuta la percentuale delle sue vendite ai grossisti nell'ordine del [70-80]*% per i trasformatori e del [70-80]*% per gli alimentatori.

450. Nella loro risposta, le parti fanno riferimento anche alla presenza internazionale di produttori di dimensioni diverse, compresi i grandi operatori quali Omron, Siemens e Phoenix, ma anche numerose piccole e medie imprese.

451. Ciononostante, la presenza di un operatore in diversi paesi non significa per forza che le condizioni di concorrenza sono adeguatamente omogenee. I dati forniti dalle parti nell'ambito dell'indagine indicano che le posizioni di mercato dei diversi operatori variano in misura notevole da paese a paese. Pertanto, Legrand ha una quota di vendite di trasformatori e alimentatori superiore al [0-20]*% soltanto in Francia ([20-40]*%), in Belgio ([0-20]*%), nei Paesi Bassi ([0-20]*%), in Italia ([0-20]*%) e nel Regno Unito ([0-20]*%). La quota di Siemens varia dal [0-20]*% nel Regno Unito al [20-40]*% in Germania, quella di Phoenix dal [0-20]*% (Austria, Finlandia) al [20-40]*% (Belgio).

452. Le parti sostengono anche che vi sono numerose esportazioni, senza peraltro quantificare la percentuale dei prodotti importati venduti in un determinato paese. D'altro canto, il fatto che siano esportati prodotti non esclude che il mercato sia di dimensione nazionale, se, sulla base di altri fattori, emerge che il coordinamento dell'offerta e della domanda si svolge su una base nazionale, come nel caso di specie.

453. Quanto all'affermazione delle parti nella loro risposta secondo cui gli articoli venduti sarebbero spesso gli stessi in paesi diversi, è sufficiente notare che dai dati trasmessi dalle parti emerge che gli articoli di Legrand variano notevolmente a seconda dello Stato membro. Per esempio, dei cinque articoli più venduti in Francia, uno solo è presente fra i cinque articoli più venduti in altri tre paesi (nel caso di specie, i paesi del Benelux) e due di questi articoli non compaiono in nessun altro Stato membro. Inoltre, dalle variazioni di prezzo constatate si evince che la domanda non ne determina un'ottimizzazione commerciale significativa.

454. In questo contesto, occorre notare che le parti spiegano nella loro risposta che esistono, oltre all'offerta in catalogo, prodotti personalizzati. Ciò implica la necessità, per i produttori di trasformatori e i loro clienti (assemblatori) di intrattenere rapporti stretti fra loro. Ora, poiché i produttori di trasformatori nonché gli assemblatori sono spesso piccole e medie imprese che non dispongono di una rete di vendita o di acquisto in più

paesi, la necessità di intrattenere un rapporto stretto limita la possibilità dei clienti di rifornirsi presso fabbricanti situati in un altro paese.

455. La Commissione ritiene pertanto che i mercati dei trasformatori e dei prodotti di alimentazione sono entrambi di dimensione nazionale.

B.6 Ausiliari di comando e segnalazione

B.6.1 Mercato di prodotti

456. Le parti definiscono un mercato di prodotti per gli ausiliari di comando e segnalazione. Si tratta di attrezzature meccaniche di connessione la cui funzione è azionare un'apparecchiatura. Il mercato di prodotti definito dalle parti include le categorie di prodotti seguenti:

- i pulsanti, ovvero ausiliari di comando muniti di un organo di comando da azionare tramite la pressione esercitata da una parte del corpo umano, di solito il dito o il palmo della mano, e che possiede un'energia di ritorno accumulato (molla);
- i selettori (o pulsanti a rotazione) ovvero una combinazione di elementi di commutazione del tipo pulsante il cui organo di comando è azionato manualmente tramite rotazione;
- i pulsanti a sfioramento, ovvero pulsanti da utilizzare per applicazioni dall'ingombro poco profondo e la cui connessione elettrica è realizzata da un circuito stampato;
- le pulsantiere, ovvero supporti sotto forma di scatola in metallo o in plastica (poliestere) forata e destinata ad alloggiare gli elementi di dialogo fra l'operatore e la macchina. Il prodotto finito costituisce un pulpito di comando;
- le tastiere con pulsanti a sfioramento ovvero attrezzature meccaniche di connessione la cui funzione è comandare la manovra di un'apparecchiatura di connessione. Una tastiera è costituita da tre elementi principali:
 - un insieme di pulsanti;
 - un insieme elettronico di trattamento e di trasmissione dell'informazione;
 - un'interfaccia di interconnessione;
- le tastiere a membrana, ovvero una tecnologia particolare di tastiere, dove la membrana è la parte a contatto con l'operatore, che permette di personalizzare la tastiera adattandola alle esigenze dell'utente finale;
- i commutatori a camme, ovvero ausiliari di comando muniti di un organo di comando da azionare mediante rotazione angolare. Modificano le connessioni di uno o più circuiti elettrici;
- gli interruttori sezionatori con sblocco a rotazione, ovvero attrezzature meccaniche di connessione in grado di stabilire, sopportare e interrompere correnti nelle normali condizioni del circuito elettrico. Inoltre, soddisfano i requisiti per la funzione del sezionamento;

- i manipolatori, ovvero ausiliari di comando a manovra muniti di un organo di comando che consiste in una leva da azionare per spostamento angolare;
- le spie luminose, ovvero ausiliari di segnalazione composti da una testa (indicatore luminoso) colorata atta a informare l'operatore sullo stato della macchina. Sono dotate anche di morsetti di alimentazione posizionati nella parte inferiore, riservati all'alimentazione elettrica. Una spia luminosa può essere associata a un pulsante e formare quindi un pulsante luminoso.

457. I diversi tipi di prodotti descritti sono realizzati in diversi diametri di foratura o di fissaggio: 12 mm, 16 mm, 22 mm e 30 mm, previsti da norme definite dalla CEI o dal Cenelec¹⁵¹. La prima versione a fare la comparsa sul mercato è stata quella da 30 mm, usata prevalentemente nella siderurgia. Questo diametro permette di realizzare prodotti robusti e resistenti. Progressivamente, l'evoluzione delle tecniche di produzione e la volontà dei clienti di ridurre l'ingombro delle macchine hanno favorito lo sviluppo di diametri inferiori. Le parti spiegano¹⁵² che attualmente il diametro di 30 mm tenderebbe a essere gradualmente sostituito da quello di 22 mm. I diametri di 16 mm e 22 mm, più fragili, sarebbero utilizzati soprattutto su apparecchiature elettroniche impiegate negli ambienti protetti. Il diametro di 16 mm sarebbe sempre più usato per le tastiere con pulsanti a sfioramento e a membrana illustrate in precedenza.

458. Le parti ritengono che questi diversi prodotti formino un solo mercato di prodotti poiché assolvono tutti la stessa funzione, ovvero garantire l'interfaccia del dialogo uomo-macchina. Più nel dettaglio, questi prodotti sono destinati a essere integrati nei pulpiti di comando dei motori a bassa potenza o di automatismi¹⁵³. Secondo le parti, questi prodotti sarebbero ampiamente sostituibili sul versante della domanda. Tutti gli ausiliari di comando e segnalazione potrebbero essere pertanto utilizzati indifferentemente o sostituirsi sulle macchine. La scelta del produttore di ricorrere a una categoria piuttosto che a un'altra sarebbe essenzialmente legata alle priorità del cliente finale in termini di estetica, di ingombro e di consuetudini¹⁵⁴. Le parti aggiungono che questi prodotti sono sostituibili sul versante dell'offerta. Sono tutti infatti risultato di una progettazione elettromeccanica. Soltanto le tastiere a membrana più complesse richiedono competenze nel settore della serigrafia per la realizzazione dei rispettivi pulsanti¹⁵⁵.

459. La definizione precisa del mercato degli ausiliari di comando e segnalazione può essere lasciata in sospeso nel caso di specie, poiché, a prescindere dalla definizione di mercato presa in considerazione, l'operazione solleva problemi di concorrenza identici.

B.6.2 Mercato geografico

460. Le parti ritengono che la dimensione geografica del mercato degli ausiliari di comando e segnalazione sia di dimensione europea, se non mondiale. Le parti si basano innanzitutto sul fatto che questi prodotti sono destinati a essere integrati in macchine industriali vendute in versione identica in tutto il mondo. L'esportazione di macchine industriali

¹⁵¹ Norme CEI e EN 60947-5-1.

¹⁵² Risposta delle parti alla domanda 29 del questionario del 15 marzo 2001.

¹⁵³ Complemento al modulo CO, pag. 15.

¹⁵⁴ Risposta delle parti alla domanda 291 del questionario del 6 aprile 2001.

¹⁵⁵ Risposta delle parti alla domanda 290 del questionario del 6 aprile 2001.

porterebbe d'altro canto a un'omogeneizzazione dei prodotti verso l'impiego diffuso di ausiliari di comando e segnalazione con un diametro di 22 mm. Le parti spiegano che, per una funzione definita, un diametro di foratura e determinati requisiti tecnici, non esiste un solo e stesso prodotto commercializzato in Europa, come dimostrato dal fatto che lo stesso articolo è inserito nei cataloghi di prodotti diffusi nei vari Stati¹⁵⁶. Le parti aggiungono che il quadro normativo di questi prodotti è europeo ed è totalmente armonizzato. Non esisterebbe inoltre alcuna specificità o marchio di qualità nazionale.

461. I punti successivi concludono che la dimensione geografica di questi mercati è di natura nazionale.

I prezzi degli ausiliari di comando e segnalazione sono sostanzialmente diversi a seconda dello Stato membro

462. L'analisi dei prezzi offerti dalle parti fa emergere variazioni sostanziali da uno Stato membro all'altro. Per esempio, i prezzi dei cinque articoli di ausiliari di comando e segnalazione più venduti in ciascuno Stato membro del SEE da Schneider registrano variazioni notevoli, come si osserva nella tabella riportata di seguito ed elaborata sulla base dei dati trasmessi da questa impresa¹⁵⁷. Questi cinque articoli corrispondono a cinque categorie di ausiliari di comando e segnalazione diversi e possono pertanto essere considerati un campione rappresentativo dell'insieme degli ausiliari di comando e segnalazione.

Tabella 25

Articolo	Paese in cui il prezzo è più elevato Prezzo medio in questo paese nel 1999 (EUR)	Paese in cui il prezzo è più basso Prezzo medio in questo paese nel 1999 (EUR)	Differenza di prezzo (%)
[...]* (pulsante)	Irlanda [*]*	Belgio [*]*	[*]*
[...]* (selettore)	Irlanda [*]*	Regno Unito [*]*	[*]*
[...]* (spia luminosa)	Regno Unito [*]*	Italia [*]*	[**]*
[...]* (pulsantiera)	Irlanda [***]*	Germania [***]*	[***]*
[...]* (interruttore)	Paesi Bassi [***]*	Belgio [*]*	[***]*

Fonte: parti.

[Versione non confidenziale: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, ecc.]*

463. In linea generale, dai dati forniti da Schneider¹⁵⁸ emerge che (i) esistono differenze di prezzo sostanziali tra gli Stati membri del SEE, anche tra Stati vicini, per uno stesso articolo, e (ii) che queste differenze, benché soggette a forti oscillazioni da un anno all'altro, restano nel complesso rilevanti nel periodo considerato. Per esempio, tra la Francia e la Germania, la differenze di prezzo nel 1999 era compresa tra [0-40]*% (per

¹⁵⁶ Risposta delle parti alla domanda 70 del questionario del 29 giugno 2001.

¹⁵⁷ Allegato Schneider alla risposta alla domanda 33 del questionario del 15 marzo 2001.

¹⁵⁸ Allegato Schneider alla risposta alla domanda 33 del questionario del 15 marzo 2001.

l'articolo [...]*) e tra [20-60]*% (per l'articolo [...]*)). Nel 1997 la differenza di prezzo era compresa tra [0-40]*% (per l'articolo [...]*) e [10-50]*% (per l'articolo [...]*)). Analogamente, tra la Francia e la Spagna nel 1999 la differenza di prezzo si collocava tra [0-40]*% (per l'articolo [...]*) e [10-50]*% (per l'articolo [...]*)). Nel 1997 la differenza di prezzo tra questi due paesi era tra [0-40]*% (per l'articolo [...]*) e [20-60]*% per l'articolo [...]*)).

464. È altresì interessante constatare che gli scarti di prezzo si sono accentuati nel periodo considerato tra altri Stati vicini. Così, tra la Germania e il Belgio lo scarto di prezzo nel 1999 era compreso tra [0-30]*% (per l'articolo [...]*) e [30-60]*% (per l'articolo [...]*)). Nel 1997 lo scarto di prezzo era tra [0-30]*% (per l'articolo [...]*) e [10-40]*% (per l'articolo [...]*)).
465. Una conclusione identica può essere formulata sulla base dell'analisi del prezzo degli ausiliari di comando e segnalazione venduti da Baco, controllata di Legrand, in vari Stati membri del SEE tra il 1995 e il 2000.
466. In linea generale, dai dati forniti da Legrand¹⁵⁹ emerge (i) che esistono differenze di prezzo sostanziali tra gli Stati membri del SEE, anche tra Stati vicini e (ii) che queste differenze, benché soggette a forti oscillazioni da un anno all'altro, restano nel complesso rilevanti nel periodo considerato. Pertanto nel 2000 le differenze di prezzo tra la Francia e i suoi vicini (Germania, Belgio, Italia e Spagna) si sono collocate tra [30-60]*% (con il Belgio) e [50-80]*% (con l'Italia). Nel 1995 gli scarti di prezzo erano tra [30-60]*% (con il Belgio) e [60-90]*% (con l'Italia). È altresì interessante constatare che tra certi paesi vicini gli scarti di prezzo si sono accentuati nel corso del periodo considerato. Per esempio, fra la Spagna e il Portogallo lo scarto è passato da [0-30]*% nel 1995 a [10-40]*% nel 2000. Allo stesso modo, lo scarto tra la Germania e l'Austria è passato da [0-30]*% nel 1995 a [0-30]*% nel 2000.
467. I prezzi di vendita degli ausiliari di comando e segnalazione commercializzati dalle parti sono pertanto sostanzialmente diversi a seconda degli Stati membri del SEE. Le parti non hanno fornito alcuna indicazione in senso contrario per quanto riguarda i loro concorrenti.
468. Nella loro risposta¹⁶⁰, le parti hanno sostenuto che gli scarti di prezzo tra gli Stati membri succitati relativi agli ausiliari di comando e segnalazione non sono pertinenti. Infatti, alcuni di questi prezzi includerebbero le promozioni commerciali offerte ai loro clienti ("prezzi netti") mentre altri prezzi non le comprenderebbero ("prezzi lordi"). Questi prezzi non sarebbero quindi equiparabili.
469. A questo proposito, è opportuno rilevare innanzitutto che spettava alle parti, conformemente alla domanda 33 del questionario del 20 marzo 2001, fornire i "prezzi fatturati" per ciascuna categoria di ausiliari di comando commercializzati in ognuno degli Stati membri del SEE. Inoltre, le parti hanno spiegato nella loro risposta alla suddetta domanda che i prezzi indicati alla Commissione corrispondevano ai "prezzi medi praticati" (Schneider)¹⁶¹ e ai "prezzi medi di vendita" (Legrand)¹⁶². Emerge,

¹⁵⁹ Allegato Legrand alle risposte alle domande 12, 34 e 40 del questionario del 15 marzo 2001.

¹⁶⁰ Punto 774.

¹⁶¹ Risposta di Schneider alla domanda 33 del questionario del 20 marzo 2001.

quindi, che i prezzi di vendita degli ausiliari di comando e segnalazione trasmessi dalle parti sono i prezzi netti, che non includono le promozioni e gli sconti sui volumi, equiparabili fra loro.

470. Inoltre, le parti spiegano¹⁶³ che le differenze di volumi di vendita per ciascuna categoria di ausiliari di comando giustificano obiettivamente l'esistenza di differenze di prezzo. Questa argomentazione si basa implicitamente sull'idea che l'importo delle promozioni e degli sconti di volume che le imprese in questione applicano a ogni vendita differiscono a seconda dello Stato membro, il che spiegherebbe, secondo loro, le differenze di prezzo medio di vendita constatate. A questo proposito, basti osservare che le parti non hanno fornito alcun elemento che permetta di stabilire che il livello medio dei volumi delle loro vendite per settore sarebbe diverso a seconda dello Stato membro. In particolare, le parti non hanno stabilito che esistono in certi Stati membri clienti che generano volumi di vendita più importanti rispetto ad altri Stati membri e che, con l'applicazione di offerte e sconti di volumi, il prezzo netto medio di vendita dei prodotti in questione sarebbe inferiore. Ad ogni modo, se fosse effettivamente così, questa situazione costituirebbe un ulteriore indizio che depona a favore di una definizione nazionale del mercato rilevante.
471. Infine, le parti sostengono che non è possibile trarre conclusioni per quanto concerne gli scarti di prezzo di vendita di Baco e di Legrand tra Stati membri, nella misura in cui queste due imprese vendono solo piccole quantità e quasi esclusivamente in Francia. Le differenze di prezzo constatate riguardo a Schneider, leader incontestato del mercato degli ausiliari di comando e segnalazione a livello del SEE con una quota di mercato del [20-30]*% e una presenza in ognuno degli Stati membri, costituiscono un indizio particolarmente determinante per ritenere che esistano variazioni significative di prezzo tra Stati membri. Inoltre, benché Legrand detenga una quota di mercato significativa solo in Francia, l'impresa commercializza tuttavia i prodotti in questione in otto Stati membri. L'assenza per questa società di una strategia di prezzo a livello europeo, rilevata dalle parti¹⁶⁴, lungi dal giustificare obiettivamente gli scarti di prezzi di vendita sopra constatati, rappresenta invece un ulteriore indizio del fatto che i prezzi degli ausiliari di comando e segnalazione sono fissati a livello nazionale.
472. In conclusione, i prezzi degli ausiliari di comando e segnalazione sono sostanzialmente diversi a seconda dello Stato membro.

La posizione dei produttori degli ausiliari di comando e segnalazione varia sostanzialmente a seconda dello Stato membro

473. La tabella 26 riportata di seguito, fornita dalle parti, indica la posizione nel 2000 dei principali produttori di ausiliari di comando e segnalazione nei vari Stati membri del SEE.

Tabella 26

¹⁶² Pag. 1 del documento Baco fornito in allegato alla risposta di Legrand alle domande 12, 34 e 40 del questionario del 20 marzo 2001.

¹⁶³ Punto 776 della risposta alla comunicazione delle obiezioni.

¹⁶⁴ Punto 777 della risposta alla comunicazione delle obiezioni.

	Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Rockwell	EAO	ABB	Altri
Austria	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Belgio	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*%
Germania	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*% Hoffman [0-10]*%
Danimarca	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Spagna	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE[0-10]*%
Francia	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Entrelec [0-10]*%
Finlandia	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Grecia	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Italia	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE[0-10]*%
Irlanda	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Paesi Bassi	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Portogallo	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Regno Unito	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Svezia	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Norvegia	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Totale SEE	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		

Fonte: parti.

474. Da questa tabella emerge che le posizioni dei produttori variano sensibilmente da uno Stato membro all'altro. In linea generale, sembra che ogni produttore disponga di una quota di mercato nettamente più importante in uno Stato membro e che la sua posizione negli altri Stati membri, anche vicini, sia (i) sensibilmente più debole e (ii) particolarmente oscillante. Ad esempio, la quota di mercato di Schneider è del [50-60]*% in Francia. Nei paesi vicini, la sua quota di mercato è pari a [20-30]*% in Spagna, [20-30]*% in Belgio, [20-30]*% in Italia e solo a [0-10]*% in Germania. Per quanto concerne Legrand, si constata che detiene una quota di mercato significativa soltanto in Francia ([0-10]*%), ma è assente in tutti gli Stati limitrofi, compresa l'Italia, in cui è tuttavia particolarmente forte su altri mercati di prodotti. Si osserva altresì che Siemens e Moeller, le cui rispettive quote di mercato in Germania sono pari a [10-20]*% e [10-20]*%, detengono una quota di mercato della metà in Belgio (rispettivamente [0-10]*% e [0-10]*%) e hanno una posizione molto debole in Francia (rispettivamente [0-10]*% e [0-10]*%). Kraus & Naimer, che è il principale operatore sul mercato austriaco con una quota di mercato del [10-20]*%, dispone di una quota di mercato di gran lunga più modesta in Germania ([0-10]*%). La stessa constatazione vale per Rockwell ([0-10]*% in Austria e [0-10]*% in Germania). Per quanto concerne le altre imprese attive sul mercato (EAO, ABB, GE, RAFI, Hoffman, Entrelec), la maggior parte di queste dispone

di una quota di mercato superiore al [0-10]*% in uno Stato, ma è assente o presente solo in misura marginale negli altri Stati.

475. Nella loro risposta¹⁶⁵, le parti hanno sostenuto che le succitate variazioni di quote di mercato dei principali concorrenti erano imputabili a fattori storici o al fatto che, poiché gli ausiliari di comando e segnalazione sono prodotti di valore modesto, gli operatori sul mercato sono presenti solo in zone geografiche in cui la loro presenza richiede uno sforzo commerciale minimo. Inoltre, le parti hanno sottolineato che sei concorrenti erano presenti in più di dieci Stati membri del SEE.

476. Ad ogni modo, la constatazione secondo cui le posizioni dei principali operatori sul mercato degli ausiliari di comando e segnalazione variano sostanzialmente a seconda degli Stati membri non è messa in discussione dalle parti¹⁶⁶.

La distribuzione degli ausiliari di comando e segnalazione si organizza in gran parte su base nazionale

477. Le parti spiegano che le vendite dei produttori di ausiliari di comando e segnalazione si suddividono tra i grossisti abituali di materiale elettrico e le vendite dirette ai costruttori di macchine¹⁶⁷. Le parti non hanno tuttavia fornito alcuna indicazione in merito alla suddivisione dei produttori degli articoli in questione fra questi due canali di commercializzazione.

478. Da un documento interno di Legrand emerge tuttavia che Baco realizza il [40-50]*% delle vendite di ausiliari di comando e segnalazione attraverso la distribuzione, e Legrand il 100%¹⁶⁸. Un documento di Schneider dimostra che Mafelec realizza la maggior parte delle vendite in maniera diretta, mentre i prodotti Schneider, Mafelec escluso, sono venduti al [60-70]*% da grossisti¹⁶⁹. A questo proposito, è opportuno ricordare che Schneider detiene una quota di mercato del [20-30]*% a livello del SEE e che pertanto è il principale operatore sul mercato rilevante. È quindi, possibile concludere che le vendite ai grossisti rappresentano una quota importante del mercato degli ausiliari di comando e segnalazione che può essere valutata circa [50-60]*% a seconda dei produttori.

479. Come già detto, le relazioni commerciali tra i grossisti di materiali elettrici e i produttori si organizzano su una base nazionale se non regionale, aspetto, questo, che vale per i produttori e i grossisti di dimensione europea. Questa constatazione riguarda altresì gli ausiliari di comando e segnalazione. Di conseguenza, una quota sostanziale della distribuzione di questi prodotti si organizza su una base nazionale.

480. Nella risposta¹⁷⁰, le parti hanno sostenuto che, considerata l'importanza delle vendite dirette dei produttori ai clienti finali, in particolare i fabbricanti di macchine industriali,

¹⁶⁵ Punto 784.

¹⁶⁶ Risposta alla comunicazione delle obiezioni, punto 783.

¹⁶⁷ Complemento al modulo CO, pag. 17.

¹⁶⁸ Piano a Medio Termine 2001-2005 France Baco, pag. 20. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

¹⁶⁹ Verbale del comitato di acquisizioni del 17 ottobre 1997, pag. 6. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

¹⁷⁰ Punto 786.

l'organizzazione nazionale della distribuzione non è sufficiente per stabilire il carattere nazionale del mercato di prodotti rilevante.

481. Il fatto che, da un lato, la metà delle vendite di ausiliari di comando e segnalazione sia realizzata, a livello di SEE, tramite i grossisti e che, dall'altro, i rapporti fra questi grossisti e i produttori si organizzino su una base nazionale rappresenta tuttavia un indizio significativo del carattere nazionale del mercato di prodotto rilevante. Questa situazione spiega, almeno in parte, le differenze di prezzo e le variazioni di quote di mercato osservate in precedenza.

Ostacoli all'ingresso

482. Nella loro risposta¹⁷¹, le parti hanno addotto numerose argomentazioni con l'obiettivo di dimostrare l'assenza di ostacoli all'ingresso sul mercato degli ausiliari di comando e segnalazione. In sostanza, le parti pongono l'accento sulla standardizzazione dei prodotti, l'armonizzazione della normalizzazione dei prodotti all'interno del SEE, l'assenza di marchi nazionali di qualità e di consuetudini nazionali di installazione o di impiego, l'organizzazione europea della produzione dei principali fabbricanti, i costi di trasporto limitati, la generalizzazione del diametro di foratura di 22 mm e l'esistenza di diversi marchi utilizzati a livello mondiale.

483. A titolo preliminare, occorre ricordare che l'esistenza di differenze di prezzo sostanziali tra i vari Stati membri e l'eterogeneità delle quote di mercato degli operatori, come si constata ai punti precedenti, costituiscono due elementi determinanti che, da un punto di vista concreto, smentiscono, o perlomeno limitano fortemente, l'affermazione delle parti secondo cui le barriere all'ingresso sul mercato degli ausiliari di comando e segnalazione non sarebbero forti.

484. Dall'indagine della Commissione risulta che il mercato degli ausiliari di comando e segnalazione è caratterizzato dall'esistenza di tre categorie di barriere all'ingresso. Una prima barriera all'ingresso è rappresentata dall'accesso alla distribuzione, dal momento che circa la metà delle vendite di questi prodotti a livello del SEE avviene attraverso i grossisti. La tendenza dei grossisti a ridurre il numero dei marchi distribuiti per ciascuna categoria di materiali elettrici, tendenza evidenziata dall'indagine della Commissione, si traduce in un aumento delle barriere all'ingresso. È d'altro canto indicativo che in un documento interno di Legrand¹⁷², l'accesso alla distribuzione sia presentata in più punti come uno dei fattori chiave del successo sul mercato.

485. Una seconda importante barriera all'ingresso è costituita dalla necessità di conoscere in modo adeguato l'altro canale di vendita dei prodotti in questione, le vendite dirette ai produttori di macchine industriali, gli "OEM" o assemblatori. È stato anche indicato più volte in un documento interno di Legrand¹⁷³ che una conoscenza adeguata dei "mercati dell'assemblaggio" costituisce uno dei fattori chiave di successo. Ora, il mercato dell'assemblaggio è costituito da numerose piccole e medie imprese, come attesta

¹⁷¹ Punti 788 e 789.

¹⁷² Piano a Medio Termine Baco Francia 2001-2005, pagg. 34, 39, 41 e 43. Allegato 4 presentato in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

¹⁷³ Piano a Medio Termine Baco Francia 2001-2005, pagg. 34, 39, 41 e 43. Allegato 4 presentato in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

l'elenco dei principali clienti delle parti¹⁷⁴, per cui è necessario affrontare grossi investimenti per accedervi. Tale situazione è peraltro riconosciuta dalle parti¹⁷⁵ che spiegano che, a causa del valore modesto dei prodotti, i fabbricanti si accontentano di essere presenti in zone geografiche per accedere alle quali è sufficiente uno sforzo commerciale limitato. Questo fenomeno è d'altronde più spiccato in ragione della piccola dimensione di numerosi produttori. Per esempio, in Germania i primi e unici otto operatori individuati dalle parti detengono una quota di mercato totale del [50-60]*%. In Finlandia, i primi e unici sette operatori individuati dalle parti detengono una quota di mercato totale del [50-60]*%.

486. Infine, una terza barriera all'ingresso è data dal fatto che una percentuale importante di ausiliari di comando e segnalazione è costituita da prodotti che non sono standard, bensì prodotti specifici realizzati a partire da un capitolato d'onere definito dai produttori di macchine industriali. Le parti spiegano¹⁷⁶ che per questi prodotti specifici è necessario stabilire “un rapporto di vicinanza fra il produttore e l'utente” per la definizione, la realizzazione e il collaudo. Le parti hanno altresì aggiunto che questo rapporto di vicinanza non si traduce necessariamente in una nozione di vicinanza fisica. Questo non esclude che la vendita di ausiliari di comando e segnalazione specifici richieda al tempo stesso investimenti mirati alla creazione di un rapporto di vicinanza e che rappresentano una barriera all'ingresso, in particolare per i produttori più piccoli.

487. La Commissione ritiene pertanto che il mercato geografico rilevante per la vendita di ausiliari di comando e segnalazione è di dimensione nazionale.

¹⁷⁴ Allegati presentati dalle parti in risposta alla domanda 69 del questionario del 29 giugno 2001.

¹⁷⁵ Risposta, punto 784.

¹⁷⁶ Complemento al modulo CO e risposta alla domanda 30 del questionario del 20 marzo 2001.

C. Valutazione della concentrazione

C.1 Mercati dei quadri di distribuzione elettrica

C.1.1 Principali caratteristiche della concorrenza sui mercati rilevanti

488. Il seguente schema, estrapolato da una relazione del Crédit Suisse First Boston¹⁷⁷, riassume le caratteristiche della concorrenza sui mercati rilevanti. I paragrafi che seguono sviluppano gli elementi principali che giustificano una siffatta descrizione del funzionamento del mercato. Occorre notare che questa valutazione si applica *mutatis mutandis* agli altri mercati di prodotto interessati dalla concentrazione notificata, fatte salve considerazioni specifiche che saranno riprese nel quadro delle sezioni relative ai prodotti in questione.

Fedeltà della domanda

489. Come sintetizzato dalla relazione del Crédit Suisse First Boston¹⁷⁸, “gli elettricisti sono estremamente fedeli al marchio. Lavorano generalmente diversi anni con lo stesso fornitore e lo stesso marchio e talvolta si servono dallo stesso fornitore durante tutta la loro vita professionale. Questo fenomeno è dovuto a due motivi. Innanzitutto, vi è un elemento di familiarità: una volta abituati a un prodotto (marchio, facilità di installazione) diventa difficile orientare diversamente la loro scelta, anche se si offrono loro prezzi inferiori. In secondo luogo, la loro responsabilità è determinata dalla scelta del materiale (una volta che acquisiscono fiducia nella sicurezza dei prodotti che acquistano abitualmente, non sono inclini a provare marchi a prezzo inferiore)”.

490. Legrand afferma altresì che “la familiarità e la fiducia degli elettricisti e dei responsabili dei lavori nei confronti dei prodotti di Legrand costituiscono fattori chiave di mantenimento e di espansione della posizione concorrenziale di Legrand. [...] L’uso ripetuto dei prodotti Legrand da parte di elettricisti e responsabili dei lavori rafforza la posizione di Legrand e rappresenta un vantaggio concorrenziale importante”¹⁷⁹.

491. L’indagine condotta dalla Commissione e i dati forniti dalle parti confermano che gli installatori e i quadristi dimostrano una chiara fedeltà nei confronti del marchio abituale. Tuttavia, dall’indagine della Commissione emerge altresì che questa fedeltà non è assoluta. Risulta infatti che per gli installatori e i quadristi la sicurezza e la disponibilità immediata dei prodotti rappresentano requisiti imprescindibili, che hanno la priorità anche rispetto al marchio stesso nella loro scelta dei materiali. Ne consegue che, fino a quando un marchio garantirà una qualità e una disponibilità sufficiente, continuerà a godere di una forte fedeltà da parte dei suoi clienti abituali. Non sarà pertanto facile per gli altri concorrenti conquistare questa clientela, anche offrendo prodotti superiori e/o prezzi ridotti. Per contro, qualora un marchio non riesca più a reggere il confronto con i suoi concorrenti o cessi di soddisfare le esigenze essenziali degli installatori e dei quadristi, perderà allora rapidamente la fiducia di questi ultimi, che sarà difficile riconquistare.

¹⁷⁷ Relazione Crédit Suisse First Boston su Legrand (11 settembre 2000).

¹⁷⁸ Relazione Crédit Suisse First Boston su Legrand (11 settembre 2000).

¹⁷⁹ Legrand, modulo 20-F SEC.

492. L'indagine della Commissione mostra d'altro canto che i principali produttori cercano di coltivare e rafforzare questa fedeltà, offrendo di solito una presenza commerciale di zona, proponendo per esempio strumenti di progettazione dello schema elettrico e di cifratura dell'impianto che utilizzano i loro prodotti (in particolare software), facilitando il montaggio dei loro prodotti, garantendo cicli di formazione degli installatori eccetera. Questi investimenti commerciali e in termini di relazioni rappresentano peraltro spesso una parte considerevole del fatturato registrato dei marchi, che può raggiungere talvolta il [10-30]*% delle vendite nazionali.
493. Nella loro risposta, le parti affermano che la Commissione sopravvaluta la fedeltà ai marchi, soprattutto nel settore dei quadri di distribuzione. Ritengono in particolare che la Commissione applichi a questi mercati caratteristiche proprie piuttosto dell'installazione ripartita e concluda parlando di una fedeltà "quasi assoluta", mentre una fedeltà di questo tipo esiste solo in misura limitata. Infatti, le parti sostengono, sulla base dei risultati dello studio condotto dall'agenzia NERA, che la fedeltà al marchio è relativamente debole.
494. La Commissione smentisce di essersi pronunciata in merito all'esistenza di una fedeltà "quasi assoluta". Sono proprio il carattere relativo e il necessario mantenimento di questa fedeltà che giustificano i grandi sforzi in termini di relazioni intrapresi dai produttori e sottolineati dalla Commissione nella sua comunicazione delle obiezioni. In sintesi, la Commissione sostiene che la fedeltà ai marchi richiede più sforzi per conquistare nuovi clienti e che rappresenta pertanto una barriera all'ingresso significativa. Aumenta anche la tolleranza del mercato per prestazioni leggermente inferiori o prezzi di poco superiori alla media degli altri operatori e frena quindi l'espansione o il declino dei marchi già affermati su un dato mercato. Tuttavia, a causa del suo carattere relativo su cui insistono le parti, non permette a un operatore affermato di conservare le sue posizioni quando le prestazioni tecniche ed economiche dei suoi prodotti scendono troppo al di sotto di quelle degli altri marchi presenti sul mercato.
495. La valutazione delle parti, secondo cui la fedeltà ai marchi è limitata, è contraddetta dall'indagine della Commissione che dimostra l'esistenza di una fedeltà significativa al marchio, anche nel settore dei quadri di distribuzione. Questa fedeltà corrisponde altresì all'opinione che le parti hanno espresso in varie occasioni, innanzitutto nel modulo CO ("gli installatori sono in generale fedeli a un marchio e acquistano il kit completo da un solo produttore, in funzione di facilità di montaggio del quadro, estetica dei prodotti, adeguamento funzionale delle apparecchiature, nonché fiducia nella qualità tecnica di un produttore¹⁸⁰") e poi nelle risposte a ulteriori questionari ("Schneider e Legrand propongono i [quadri terminali]* agli installatori elettricisti tramite la distribuzione. Questi sono in genere fedeli al marchio che sono abituati ad utilizzare"¹⁸¹).
496. La Commissione ritiene altresì che, a fronte dei risultati dell'indagine, i risultati dello studio condotto da NERA non sono sufficienti a mettere in discussione la fedeltà sostanziale ai marchi. Infatti, NERA si basa sulla presenza e l'importanza di attività promozionali per comprovare l'esistenza di una forte concorrenza sotto il profilo dei prezzi tra produttori.

¹⁸⁰ Pag. 54 – Modulo CO.

¹⁸¹ Risposta al questionario Articolo 11 del 28 febbraio 2001, pag. 11.

497. Ora, da un lato, la Commissione osserva che gli sconti offerti dai produttori sono spesso sostanziali ([10-30]*%), aspetto, questo, che suggerisce che i costi da affrontare per conquistare nuovi clienti (e quindi la fedeltà) siano altrettanto sostanziali.
498. D'altro canto, lo studio condotto da NERA non permette di valutare la fedeltà ai marchi poiché, pur mettendo in evidenza un forte aumento delle vendite del materiale in questione durante periodi di attività promozionali, non mostra in che misura queste vendite maggiori siano state ottenute presso altri produttori. Pertanto, l'aumento dei materiali in promozione potrebbe semplicemente essere imputabile a un fenomeno di stoccaggio da parte dei grossisti (o degli installatori fedeli a questo marchio che acquistano materiali a basso prezzo per utilizzarli poi successivamente) o alla cannibalizzazione di altri articoli dello stesso produttore (l'impennata di vendite dell'articolo in promozione avviene a scapito delle vendite di altri articoli analoghi ma non in promozione). Queste due spiegazioni sono peraltro corroborate dai dati utilizzati da NERA. Infatti,[...]*. Ciò indicherebbe pertanto l'esistenza di una forte fedeltà al marchio.
499. In conclusione, la Commissione è dell'opinione che, conformemente ai risultati dell'indagine, esista una fedeltà significativa al marchio per i quadri elettrici di distribuzione oggetto delle obiezioni. Ad ogni modo, la Commissione sottolinea che il grado di fedeltà è privo di conseguenze sulla valutazione della posizione dominante. Infatti, come indicato in precedenza, il solo effetto della fedeltà è di aumentare il costo da affrontare per acquisire nuovi clienti e di rallentare il declino di un marchio meno valido. Ora, come si illustrerà nei punti successivi, le ragioni per cui la concentrazione crea una posizione dominante sono riconducibili in particolare al ruolo imprescindibile della nuova entità e alla sua capacità di rafforzare le posizioni esistenti e indebolire i suoi concorrenti riorganizzando la distribuzione dei suoi marchi e i suoi rapporti privilegiati con i grossisti. Una fedeltà più debole ridurrebbe la capacità dei concorrenti di resistere in modo durevole all'entità risultante dalla fusione e rischierebbe quindi di accelerare o di accentuare gli effetti dell'operazione.

Importanza dei marchi

500. Le considerazioni suesposte spiegano due altre caratteristiche importanti del settore: l'importanza dei marchi e la ricerca di gamme di prodotti il più possibile ampie.
501. I principali produttori vendono i loro prodotti sotto uno o più marchi, a seconda del paese e del tipo di materiale interessati. Ognuna delle parti detiene in totale oltre una decina di marchi, di portata e di dimensione geografica diversi. Questi marchi figurano all'allegato 2 del presente documento.
502. I risultati dell'indagine condotta dalla Commissione evidenziano che i marchi rappresentano uno dei principali elementi della concorrenza tra produttori. Come sostengono le parti¹⁸², il marchio è un po' la garanzia di tutto il resto. Questo fenomeno può spiegarsi con criteri di scelta dei committenti, degli installatori e dei quadristi di dimensioni medie. Sono i marchi che veicolano il rapporto tra i produttori e i loro clienti, poiché sono loro a garantire a questi ultimi che ogni prodotto offrirà le garanzie (di sicurezza, di facilità di posa eccetera) che sono abituati a trovare.

¹⁸² Risposta al questionario del 29 giugno (domanda 106).

503. L'attrattiva relativa dei marchi è il risultato del lavoro commerciale sul campo e degli investimenti promozionali e relazionali, nonché degli sforzi di ricerca e sviluppo intrapresi dai produttori nei confronti degli installatori. L'importanza dei marchi può quindi essere anche valutata sulla base dell'importo di queste spese, che possono talvolta raggiungere rispettivamente il [10-30]*% (per gli investimenti commerciali) e il [0-20]*% (per ricerca e sviluppo) delle vendite annue. Come confermano i documenti interni delle parti, è questo che probabilmente spiega il moltiplicarsi e il mantenimento di marchi delle parti, poiché la soppressione di un'insegna rischia di rompere il rapporto di fedeltà che esiste con gli installatori e di perdere il beneficio degli investimenti relazionali effettuati.
504. L'importanza attribuita ai marchi può chiaramente variare da un settore all'altro e da un produttore all'altro. Il loro ruolo è pertanto nettamente più determinante per i materiali scelti dagli installatori e dai quadristi di dimensioni medie (ovvero per i sottoquadri, i quadri terminali o ancora i materiali elettrici a valle dei quadri terminali), che sono generalmente fedeli a un marchio, che per le apparecchiature (in particolare i quadri generali) prescritte e fornite dai grandi quadristi o dai responsabili dei lavori. Del pari, i produttori investiranno anche più o meno nei loro marchi a seconda del tipo di apparecchiature vendute e della loro collocazione (piuttosto concentrata sulle applicazioni residenziali o terziarie o, al contrario, piuttosto orientata verso i progetti industriali).
505. Stando così le cose, i risultati dell'indagine condotta dalla Commissione dimostrano che il marchio resta uno dei principali fattori di scelta per gli installatori. È opportuno altresì osservare che l'importanza dei marchi rappresenta una forte barriera all'ingresso o alla diversificazione, poiché gli installatori sceglieranno solitamente soltanto i prodotti di marchi più noti e meglio distribuiti, evitando pertanto quelli di produttori che non conoscono bene. Come indica Legrand¹⁸³, “i produttori che non hanno una reputazione sufficiente per la fornitura di un'ampia gamma di prodotti di qualità a lungo termine devono affrontare svantaggi notevoli, a causa della riluttanza degli elettricisti e dei responsabili dei lavori a provare nuovi prodotti la cui efficacia non è nota”.
506. Tale assenza di domanda penalizzerà anche i nuovi operatori economici nei rapporti con i grossisti, che tenderanno a non inserire nel listino questi prodotti. Alcuni produttori, come Moeller¹⁸⁴, hanno anche sostenuto che non era possibile accedere ai grossisti se non si offriva un marchio noto. La riluttanza dei grossisti a costituire scorte di prodotti di marchi poco noti accentua ulteriormente le difficoltà dei nuovi operatori economici, poiché riduce la disponibilità dei loro prodotti e quindi l'interesse da parte degli installatori.
507. L'indagine condotta dalla Commissione indica altresì che l'ampiezza della gamma di prodotti offerti da un produttore rappresenta un altro importante fattore di successo. Questo aspetto è d'altro canto confermato dalle parti, che affermano (i) che per essere credibili nel settore dei sottoquadri e dei quadri terminali si deve proporre l'offerta completa dei relativi componenti (armadi, fusibili, interruttori, protezioni differenziali e apparecchiature di comando eccetera) e (ii) che, per quanto riguarda l'installazione ripartita, i produttori devono disporre di serie complete di prodotti. Ognuno dei grandi produttori (come Schneider, Legrand, ABB, Siemens e GE) propone pertanto oltre 2 000

¹⁸³ Legrand, modulo 20-F SEC.

¹⁸⁴ Moeller, risposta al questionario fase I.

articoli per i componenti di sottoquadri elettrici e più di 5 000 articoli per i componenti di quadri terminali. Anche i cataloghi di prodotti di grandi produttori di materiali a valle dei quadri terminali e di apparecchiature connesse comprendono diverse migliaia di articoli.

508. Le risposte dei concorrenti e dei grossisti suggeriscono che i produttori hanno intenzione di ampliare la loro offerta per diversi motivi. Da un lato, si tratta di rispondere alla domanda dei grossisti, che desiderano ridurre il numero dei loro fornitori o perlomeno privilegiare i produttori che dispongono di una vasta scelta di prodotti per ottimizzare i loro costi. Dall'altro, la presenza di un'ampia offerta permette di ammortizzare su un volume maggiore le azioni intraprese dai produttori in termini di logistica (per garantire la disponibilità dei prodotti e tempi rapidi di consegna), di investimenti promozionali o relazionali (formazione degli installatori, fiere professionali eccetera), di coerenza estetica, di ricerca e sviluppo eccetera.
509. Nel settore dei quadri elettrici di distribuzione, il fatto che i prodotti debbano necessariamente essere proposti in una gamma completa si spiega anche perché, per poter essere adattati a ogni singolo impianto, i quadri devono soddisfare numerose configurazioni. I produttori devono quindi offrire una gamma completa di componenti (in termini di prestazioni, di tipo eccetera). Inoltre, per quando riguarda i quadri generali e i sottoquadri, i componenti offerti da un determinato produttore non sempre possono essere adattati o installati facilmente sui quadri dei suoi concorrenti. Considerate le specificità di ogni marchio (in termini di prestazioni, di tecniche di assemblaggio, di dimensionamento eccetera), sarebbe costoso per i quadristi e gli installatori investire (in tempi di formazione e così via) su produttori i cui articoli non permettono di rispondere a tutte le eventuali richieste.
510. Come per i marchi, questa necessaria varietà nella gamma costituisce anche una barriera all'ingresso e alla diversificazione dei produttori, poiché questi ultimi devono subito fornire ai loro clienti una vasta scelta di prodotti.

Barriere all'ingresso

511. Un nuovo operatore economico sui mercati in questione dovrebbe partire da zero per suscitare una domanda, accedere ai grossisti e resistere alla pressione concorrenziale dei concorrenti esistenti.
512. Oltre a questi ostacoli, i nuovi operatori economici dovrebbero affrontare una serie di barriere specifiche. In primo luogo, sembra che un nuovo attore debba imperativamente offrire una gamma completa di prodotti per sperare di ottenere la fiducia di qualche installatore e quadrista e anche solo per cercare di conquistare un posto presso i grossisti.
513. In quest'ottica, un'eventuale offerta non potrebbe provenire se non da un fornitore già presente nel paese in questione e che desideri diversificare l'attività estendendola ai sottoquadri elettrici o ai quadri terminali oppure un produttore straniero che disponga di una gamma completa di componenti per sottoquadri o quadri terminali.
514. L'indagine della Commissione mostra altresì che la prima soluzione non è praticabile. A titolo di esempio, i dati trasmessi dalle parti evidenziano che, per essere competitivi nella produzione di interruttori miniaturizzati o interruttori scatolati, è necessario un investimento dell'ordine di [20-50]* MEUR e un periodo di [1-5]* anni. Le difficoltà sembrano essere ancora maggiori per i sottoquadri a causa della più elevata tecnicità. Schneider fa così presente che la realizzazione del suo ultimo interruttore scatolato è

costata quasi [400-1 200]* MEUR in spese di ricerca e industrializzazione. Anche supponendo che il potenziale nuovo operatore disponga già di attività nei mercati vicini (perché per esempio è già presente nel settore dei sottoquadri e si propone di accedere al comparto dei quadri terminali), questi dovrebbe realizzare investimenti di adeguamento o di potenziamento dei mezzi di produzione e non potrebbe effettivamente penetrare in detto mercato se non dopo diversi anni.

515. L'indagine della Commissione conferma che l'ingresso di un fornitore straniero non è immaginabile. In questo caso, le barriere all'ingresso non riguardano tanto il versante della produzione quanto il versante della domanda. Come spiegato in precedenza, la difficoltà per il nuovo operatore sarebbe creare una domanda nel paese e ottenere un accesso sufficiente presso i grossisti. In pratica, secondo le parti, un nuovo operatore inizia in generale vendendo direttamente ai quadristi per creare una domanda che gli permetta poi di proporre le sue offerte ai grossisti che l'adottano progressivamente. Questo carattere sequenziale implica che un ingresso di questo genere risulta poco applicabile al settore dei quadri terminali, poiché questi prodotti sono essenzialmente scelti da installatori fedeli al loro marchio esistente ed esigono una disponibilità immediata dei prodotti (e quindi l'accesso preventivo ai grossisti). Ciò dimostra che, anche per i quadri terminali, un potenziale nuovo operatore non potrebbe opporre una forza concorrenziale significativa se non dopo un numero considerevole di anni.

516. Nella loro risposta, le parti citano il recente ingresso di Gewiss nel settore dei quadri terminali come un controesempio dell'analisi appena sviluppata. La Commissione ritiene che questo esempio non rimetta in discussione la portata delle barriere all'ingresso. Infatti, da un lato, Gewiss si è estesa grazie a posizioni già solide relative alle installazioni ripartite in Italia. Partendo da una base di clientela già acquisita ed essendo già largamente presente presso i grossisti, non ha dovuto quindi subire gli effetti sostanziali delle barriere all'ingresso descritte in precedenza e disponeva pertanto delle migliori condizioni che si potessero immaginare per un ingresso nel comparto dei quadri di distribuzione. Inoltre, ha potuto liberarsi dai vincoli di progettazione o di produzione rifornendosi per certi materiali (in particolare interruttori) presso ABB. Ora, nonostante questa situazione privilegiata, Gewiss non supera il [0-10]*% delle vendite di interruttori miniaturizzati per quadri terminali o sottoquadri in Italia. Questo esempio conferma pertanto che, anche per concorrenti con una posizione affermata, è impossibile esercitare una sostanziale pressione concorrenziale se non dopo numerosi anni. Da ciò si può dedurre la portata delle difficoltà che attendono un nuovo operatore, messo in una situazione meno favorevole.

Modesta sensibilità ai prezzi della domanda

517. Come indica la relazione¹⁸⁵ del Crédit Suisse First Boston e come dimostrano i documenti interni delle parti¹⁸⁶, la domanda di materiale elettrico dipende essenzialmente dai progetti di costruzione o di ristrutturazione, nel settore terziario e in quello residenziale. Ora, la decisione di lanciare progetti di questo tipo non è influenzata dal prezzo del materiale elettrico. Da un lato, l'impianto elettrico rappresenta spesso solo una quota modesta del costo totale del progetto (considerate le spese di muratura, di tinteggiatura, di impianti idraulici eccetera). Dall'altro, spesso il materiale elettrico costituisce soltanto il 20% del costo totale dell'impianto (il restante 80% è costituito

¹⁸⁵ Relazione Crédit Suisse First Boston su Legrand (11 settembre 2000).

¹⁸⁶ Legrand, Piani Medio Termine e Schneider, Piani triennali.

essenzialmente dalle spese di manodopera). Un aumento complessivo dei prezzi dei materiali elettrici avrebbe pertanto solo un effetto modesto (se non nullo) sulla domanda.

518. Nella loro risposta, le parti contestano questa modesta sensibilità ai prezzi della domanda. Si basano per questa loro affermazione sui risultati di uno studio condotto dall'agenzia NERA, che dimostrano che il lancio di una promozione su un determinato materiale elettrico porterà a un aumento delle vendite del materiale in questione (almeno durante il periodo di promozione).
519. La Commissione non può accogliere questa analisi. Innanzitutto, nota che le parti operano una confusione fra l'elasticità del mercato (che descrive in che misura un monopolio ipotetico potrebbe far aumentare i prezzi in maniera redditizia) e l'elasticità incrociata fra produttori (che descrive in che misura un determinato produttore è soggetto alla pressione concorrenziale di un altro produttore). Queste due elasticità misurano pressioni concorrenziali diverse: l'elasticità totale del mercato riflette la concorrenza esercitata su tutti i prodotti del mercato da parte dei prodotti al di fuori del mercato e l'elasticità incrociata misura la pressione esercitata su un prodotto del mercato da un altro prodotto del mercato. Per esempio, l'elasticità del mercato degli interruttori misura la quota di interruttori che non sarebbe più acquistata in caso di aumento dell'1% del prezzo degli interruttori stessi. Per contro, l'elasticità incrociata fra i produttori A e B misura la quota di vendite perse da A in caso di riduzione dell'1% del prezzo degli interruttori di B. In mercati con prodotti differenziati, come nel caso di specie, è del tutto possibile che l'elasticità totale sia molto diversa dall'elasticità incrociata fra produttori. Le argomentazioni addotte dalle parti in merito a una forte elasticità incrociata non riguardano in alcun modo l'analisi della Commissione sull'elasticità totale del mercato.
520. D'altro canto, la Commissione non appoggia le conclusioni che le parti formulano in base allo studio condotto da NERA. Come indicato in precedenza, il fatto che le promozioni aumentino temporaneamente le vendite dei materiali interessati non dimostra che queste vendite siano acquisite a discapito dei concorrenti. Come riportato ai punti 496 e 497 *supra*, altre spiegazioni possibili e senza dubbio probabili potrebbero essere un fenomeno di stoccaggio o la cannibalizzazione di altri articoli dello stesso produttore. I dati forniti da NERA non permettono pertanto di ritenere che esista elasticità incrociata fra produttori.

C.1.2 Schneider e Legrand diverranno, grazie alla concentrazione, un operatore imprescindibile sui mercati rilevanti

Quote di mercato indicative di posizione dominante

Metodologia

521. Le parti sostengono che l'operazione di concentrazione non conduce alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante sui mercati legati ai sottoquadri e ai quadri terminali. In particolare, secondo le parti, le quote di vendita della nuova entità non supererebbero il [15-35]*% a livello comunitario e un massimo del [35-55]*% a livello nazionale (in Francia).
522. Tuttavia, la Commissione ritiene che la metodologia di calcolo delle quote di mercato proposta dalle parti induca a sottovalutare notevolmente le posizioni reali dei produttori sui mercati rilevanti.

523. Infatti le parti hanno calcolato le quote di mercato dei produttori suddividendo il totale delle vendite dei produttori ai clienti diretti (essenzialmente grossisti e quadristi) per il volume totale di acquisto dei prodotti corrispondenti da parte degli installatori elettrici (ovvero i clienti dei grossisti e dei quadristi). Il denominatore non è pertanto omogeneo rispetto al numeratore, poiché include la parte di valore aggiunto imputabile ai quadristi e ai grossisti, nonché il totale dei vari componenti di quadri che di norma non sono forniti dai produttori, bensì integrati dai quadristi. Questi contributi possono raggiungere valori significativi ([10-30]*% per i grossisti, [10-30]*% per i quadristi e [10-30]*% per i componenti vari) e portano a sottovalutare sostanzialmente la quota di mercato dei produttori; devono pertanto essere eliminati dal valore totale del mercato. Un siffatto metodo porterebbe al risultato assurdo che un ipotetico monopolista a livello di produzione di un componente chiave (per esempio gli interruttori miniaturizzati) non vedrebbe attribuirsi una quota di mercato del 100%, ma “dividerebbe” la sua quota di mercato con i clienti.
524. Su richiesta della Commissione, le parti hanno pertanto fornito stime rettifiche delle quote di mercato, eliminando i valori aggiunti e i margini degli operatori a valle (grossisti e quadristi), nonché il totale dei componenti non forniti dai produttori.
525. Le parti hanno altresì proposto di inserire nel volume totale del mercato le vendite realizzate da taluni produttori integrati verticalmente (ABB e Siemens) come installatori o quadristi. La Commissione non è d'accordo su questa teoria e ritiene, invece, che queste vendite non debbano essere integrate né nel calcolo della dimensione totale del mercato né nelle quote di mercato degli operatori in questione. Innanzitutto, queste cifre non sono omogenee rispetto alle altre vendite e riproducono pertanto le prospettive introdotte dalle parti nei loro calcoli iniziali; sarebbe stato necessario prendere le vendite interne delle imprese in questione. In secondo luogo, anche supponendo che le parti abbiano correttamente calcolato le vendite interne dei terzi in questione, tali vendite corrispondono a prodotti che non sono stati immessi sul mercato e per i quali non esiste concorrenza. Poiché le vendite interne non sono soggette alle condizioni reali di mercato, esse non hanno alcun impatto sul potere di mercato dei produttori sul mercato “libero”. L'integrazione di queste vendite non rifletterebbe quindi il potere di mercato dei produttori, il che porterebbe a sottovalutare il potere di mercato che i produttori possono effettivamente esercitare nei confronti dei loro clienti diretti.
526. La Commissione ha peraltro cercato di verificare la portata delle vendite interne attribuite dalle parti a ABB e Siemens nella loro stima relativa alle quote di mercato. Secondo le parti queste vendite integrate sarebbero di circa [400-1 200]* MEUR per ognuna di queste due entità. Questi dati non dovrebbero essere inclusi così come sono nei calcoli delle quote di mercato, in quanto rappresentano, secondo le parti, fatturati relativi a volumi di affari che derivano dalle vendite a livello degli installatori. Occorrerebbe dunque detrarre i costi di manodopera (circa l'80%), il valore aggiunto del quadrista (15% del saldo) e il margine dei distributori (20% del saldo) per poter includere un valore omogeneo nei calcoli della quota di mercato. Pertanto, i fatturati interni trasmessi dalle imprese in questione sono notevolmente inferiori e non porterebbero a un cambiamento significativo delle quote di mercato calcolate escludendo le vendite interne e nella forma presentata in appresso.
527. Durante l'audizione, un rappresentante di Siemens ha sottolineato che le vendite interne della sua impresa rappresenterebbero meno del 5% del fatturato per quanto concerne i quadri elettrici. Anche i dati riservati relativi alle vendite interne trasmessi dagli altri terzi nel corso dell'indagine della Commissione coincidono con il dato del 5%. Del pari, la stima fornita dalle parti del fatturato derivato dalle vendite integrate dei loro

concorrenti di [400-1 200]* MEUR corrisponde a circa [50-100]* MEUR in termini di vendite interne (sottratti i costi di manodopera, il valore aggiunto del quadrista e i margini dei distributori). Ora, le parti valutano la dimensione dei mercati dei sottoquadri e dei quadri terminali in Europa (escluso il valore aggiunto dei quadristi e i margini dei distributori) a circa [2 000-4 000]* MEUR. Il rapporto fra le vendite interne e la dimensione dei mercati quale stimato dalle parti è pertanto dell'ordine del [0-10]*%, ovvero corrisponde a un importo in linea con la stima fornita da Siemens.

528. Le conclusioni in termini di quote di mercato non sono influenzate dall'inclusione di queste vendite interne. Quindi, con un'approssimazione molto generosa secondo cui soltanto Schneider e Legrand non disporrebbero di vendite interne e i restanti operatori sul mercato realizzerebbero il [0-10]*% delle loro vendite interne in seno al loro gruppo e inserendo queste vendite interne nel volume totale del mercato, la quota di mercato combinata dell'entità risultante dalla fusione, in ognuno dei mercati rilevanti, diminuirebbe al massimo di 3 punti. Ciò interessa solo marginalmente il livello elevato di queste quote di mercato e non modifica materialmente la dimensione relativa della nuova entità rispetto ai suoi concorrenti.
529. Alla luce di quanto suesposto, la Commissione ritiene che le quote di mercato debbano essere calcolate sulla sola base delle vendite esterne delle parti e dei loro concorrenti presso i clienti diretti. Il volume del mercato (e le rispettive vendite degli operatori sul mercato) non deve quindi comprendere né le vendite interne di produttori integrati verticalmente né il valore aggiunto o il margine corrispondente a operazioni (integrazione del quadro, prestazioni dei grossisti) effettuate a valle di quelle dei produttori. È su questa base che sono calcolate le quote di mercato che figurano nel prosieguo del presente documento.

Sottoquadri elettrici

530. Per quanto riguarda i sottoquadri e i loro componenti (interruttori scatolati, interruttori miniaturizzati ed elementi di armadi), la concentrazione porterà a sommare quote di mercato soltanto in Francia, Italia e Norvegia, i soli paesi in cui Legrand è presente.
531. La tabella 27 riportata di seguito fornisce le stime delle parti sulla base delle vendite di interruttori scatolati, interruttori miniaturizzati e armadi.

Tabella 27

Dati 2000	Interruttori scatolati (%)				Interruttori miniaturizzati (%)				Armadi (%)			
	F	IT	N	SEE	F	IT	N	SEE	F	IT	N	SEE
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]*

Fonte: e-mail delle parti del 25 luglio 2001.

532. Questi dati sono coerenti, benché in generale inferiori, con le quote di mercato delle parti stimate sulla base di un mercato la cui dimensione è calcolata a partire dalle vendite dei terzi individuati come attivi sul mercato e fornite in risposta all'indagine della Commissione.

533. Dalle stime delle quote di mercato emerge che l'operazione notificata attribuirebbe una posizione molto forte alla nuova entità sui mercati francese e italiano di interruttori scatolati, interruttori miniaturizzati e armadi di sottoquadri con rispettivamente circa il [70-80]*% e il [40-50]*% dei mercati in questione. Esclusi i concorrenti indicati nella tabella 27, l'entità risultante dalla fusione si troverebbe ad affrontare una concorrenza frammentata da parte dei quadristi. La nuova entità deterrebbe altresì una posizione dominante su scala europea con quote di vendite per gli interruttori scatolati e miniaturizzati leggermente inferiori al [40-50]*%.

Quadri terminali

534. La concentrazione porterà a sommare quote di mercato in tutti gli Stati membri. Ciononostante, risulta che l'operazione creerà difficoltà sotto il profilo della concorrenza soltanto in cinque paesi (Francia, Italia, Danimarca, Spagna e Portogallo). Le quote di mercato delle parti e dei loro concorrenti in questi paesi (e a livello comunitario) possono essere riassunte come segue:

Tabella 28

Dati 2000	Interruttori miniaturizzati (%)						Protezioni differenziali (%)						Cassette (%)					
	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]*

Fonte: valutazione delle parti.

535. Questi dati sono coerenti, benché in generale inferiori, con le quote di mercato delle parti stimate sulla base di un mercato la cui dimensione è calcolata a partire dalle vendite dei terzi individuati come attivi sul mercato e fornite in risposta all'indagine della Commissione.

536. Ne emerge che l'operazione notificata porterà alla creazione di posizioni molto forti sui mercati degli interruttori miniaturizzati, degli interruttori differenziali e delle cassette dei quadri terminali in Portogallo e in Danimarca e rafforzerà le posizioni già dominanti di Schneider in Spagna e Francia e di Legrand in Italia.

Interruttori di collegamento

537. Come riportato in precedenza, l'uso di interruttori di collegamento risponde a considerazioni diverse (essenzialmente il calcolo del consumo e la prevenzione contro il furto di energia) e questo dispositivo è richiesto soltanto in alcuni Stati membri. In pratica, l'operazione porterà a sommare quote di mercato soltanto in Francia e in Portogallo per questo tipo di componenti. Queste somme di quote di mercato sono illustrate nella tabella 29 riportata di seguito. Le quote attribuite a Schlumberger sono assegnate alla nuova entità poiché i prodotti venduti da Schlumberger sono prodotti da un'impresa, la Serd, controllata da Legrand, in cui Schlumberger detiene una partecipazione di minoranza del [30-40]*%. Peraltro, occorre notare che risulta che i prodotti venduti da Hager in Francia siano acquistati da quest'ultima presso Schneider¹⁸⁷.

Tabella 29

¹⁸⁷ E-mail delle parti del 28 febbraio 2001.

Interruttori di collegamento		
	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]*	-

Fonte: valutazione delle parti.

Analisi al livello delle “soluzioni”

538. Come riportato in precedenza, una valutazione a livello dell’insieme dei componenti necessari per un determinato tipo di quadro, ovvero a livello di “soluzioni” quali descritte dalle parti, non modifica in misura significativa le conclusioni sviluppate a livello di ogni componente. Infatti, al livello delle soluzioni, le quote di mercato delle parti e dei loro concorrenti possono essere riassunte come segue:

Tabella quote di mercato soluzioni

	Sottoquadri				Quadri terminali					
	F	IT	N	SEE	P	SP	F	IT	Dk	SEE
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]*

Fonte: parti.

539. Per i quadri terminali, le quote di mercato delle soluzioni sono equivalenti a quelle dei componenti. Per i sottoquadri, le quote di mercato a livello di soluzioni sono leggermente inferiori a quelle dei componenti. Occorre tuttavia rilevare che, per quanto concerne i sottoquadri elettrici, le stime sopra riportate sottovalutano la quota di mercato reale della nuova entità. Infatti, questi dati, che sono stati trasmessi dalle parti, sono calcolati sulla base di aggregati che contengono elementi che non sono di norma realizzati dai produttori di materiale elettrico a bassa tensione. Questi elementi rappresentano il [20-30]*% del valore (valori aggiunti esclusi) di un quadro. Una volta eliminato questo fattore di distorsione, le quote di mercato a livello del quadro si allineano a quelle calcolate per i componenti succitati.

Acquisizione di una posizione di forza ineguagliata

540. L'entità combinata Schneider/Legrand acquisirà una posizione di forza ineguagliata grazie all'operazione notificata, sia in termini di dimensione relativa sui mercati in questione, sia perché elimina un motore della concorrenza, in quanto sparisce la rivalità fra Schneider e Legrand su alcuni mercati e la nuova entità emerge come leader in altri mercati, nonché in termini di patrimonio di prodotti, di copertura geografica e di insieme di marchi di cui disporrà.
541. La nuova entità erediterà altresì tutti i vantaggi concorrenziali delle imprese da cui ha avuto origine, in particolare la reputazione di cui godono i loro marchi, l'ampiezza delle loro gamme e la qualità dei loro rapporti con gli installatori e i grossisti nazionali. Tutti questi fattori rafforzeranno ulteriormente la fedeltà degli installatori e dei quadriisti attribuendo alla nuova entità un ruolo imprescindibile su questi mercati e rappresenteranno altrettanti ostacoli allo sviluppo di marchi concorrenti e all'ingresso di nuovi produttori.

Un'entità di dimensioni senza confronti

542. I dati forniti dalle parti dimostrano che l'entità combinata deterrà una posizione molto forte in termini assoluti e relativi rispetto alla dimensione dei concorrenti più diretti. Sui mercati degli interruttori per sottoquadri elettrici, la quota di mercato della nuova entità sarà sette volte quella del suo concorrente più prossimo, GE, in Francia. Questo rapporto sarebbe di quasi due volte in Italia rispetto al secondo operatore, ABB. Sui mercati di componenti per quadri terminali, l'entità combinata sarebbe di dimensioni quasi doppie rispetto al secondo operatore in Portogallo e in Danimarca, triple in Francia e in Italia, quadruple in Spagna.
543. Le tabelle relative alle quote di mercato riportate in precedenza dimostrano altresì che, nella maggior parte dei casi, una o l'altra parte deteneva già posizioni molto simili anche prima dell'operazione di concentrazione. Legrand è, per esempio, il leader indiscusso nel settore dei quadri terminali in Italia, mentre Schneider occupa un primo posto molto netto in Spagna (sia per i sottoquadri sia per i quadri terminali) e in Francia. Questo fenomeno è ancora più spiccato per i quadri terminali in Francia, dove Schneider e Legrand detengono rispettivamente il primo e il secondo posto (a pari merito con Hager) in termini di volumi di vendite.
544. Ne consegue che, malgrado le sovrapposizioni significative fra Schneider e Legrand, l'operazione di concentrazione non deve essere valutata come fusione di due operatori di dimensioni medie che acquisiscono improvvisamente il primo posto nel loro settore di attività, quanto piuttosto come il rafforzamento sostanziale del leader esistente (mediante l'acquisizione di marchi e attività supplementari) e come l'eliminazione di un concorrente diretto.

Sparisce la rivalità fra Schneider e Legrand ed emerge un leader indiscusso sui mercati interessati

545. Prima dell'operazione di concentrazione, l'una o l'altra parte costituiva già il concorrente di riferimento sui mercati interessati. È quanto è avvenuto per Schneider in Danimarca, Spagna, Portogallo e Francia (per i sottoquadri, i quadri terminali e i loro componenti) e per Legrand in Italia. Risulta altresì che la parte meno forte detenga anche posizioni significative su questi mercati, che vi goda di una buona reputazione e di un

accesso privilegiato ai principali grossisti internazionali. Ciò riguarda in maniera particolare Legrand in Francia, dove quest'impresa detiene posizioni molto significative su altri mercati di prodotti a bassa tensione. Questa decisione constata perciò che Legrand gode già di posizioni dominanti sui mercati delle prese e degli interruttori, delle apparecchiature stagne, dei materiali di fissaggio e di derivazione e dei blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza. Il fatto che Legrand abbia basato le proprie attività per i quadri elettrici sulle sue posizioni su questi ultimi mercati ha offerto all'impresa stessa condizioni di accesso più agevoli presso i distributori e la reputazione di cui gode il suo marchio. Al contrario, Legrand nota nel suo Piano a medio termine per la Francia che [...]*

546. L'operazione di concentrazione rafforzerà ulteriormente queste posizioni. È pertanto chiaro che, combinando le attività delle due parti, l'operazione permetterà alla nuova entità di accentuare ulteriormente la sua influenza sul mercato e di aumentare lo scarto che la separa dai suoi concorrenti più vicini. La fusione di Schneider e Legrand eliminerà altresì la competizione fra le due imprese, la cui rivalità sembrava costituire un elemento centrale della concorrenza nei paesi interessati.

547. Per esempio, in Francia, la concorrenza fra Schneider e Legrand sembra essere particolarmente accesa per i sottoquadri e i quadri terminali, poiché, secondo documenti interni¹⁸⁸ di Legrand, Schneider (tradizionalmente orientata sul terziario e l'industria) mira ormai a conquistare il segmento residenziale e a spodestare Legrand. Poiché Schneider e Legrand sono i due principali fornitori di sottoquadri e quadri terminali in Francia, l'intensità della concorrenza tra queste due imprese condiziona in ampia misura l'intensità della concorrenza sull'insieme di questi mercati. Tale situazione risulta tanto più vera se si considera che Legrand gode di una certa reputazione come marchio e di un accesso privilegiato alla distribuzione in Francia grazie alle sue posizioni sui mercati di apparecchiature ultraterminali. Per esempio, Legrand descrive il fatto di essere "molto presente presso gli installatori tramite altri prodotti" come "punto fermo"¹⁸⁹. L'indagine della Commissione mostra la presenza di effetti simili in Portogallo: i documenti di Legrand evidenziano che [...]*

548. Parallelamente, l'operazione di concentrazione permette alla nuova entità di accedere a una posizione di leader incontestabile sui mercati di componenti di quadri terminali in Portogallo e in Danimarca, paesi in cui doveva affrontare una concorrenza non trascurabile (in termini di quote di mercato) da parte di imprese terze.

549. Infine, l'operazione notificata rafforzerà l'importanza già preponderante di una delle due imprese sui mercati di componenti di sottoquadri in Francia e in Italia e sui mercati di vendita dei componenti di quadri terminali in Spagna, Francia e Italia.

L'entità combinata disporrà di una gamma di prodotti e di una copertura geografica senza confronti

550. Precedentemente all'operazione proposta, le parti disponevano ciascuna di una gamma molto ampia di prodotti nel settore dei materiali elettrici a bassa tensione. Detenevano nella maggior parte dei casi posizioni assai apprezzabili per taluni di questi prodotti e in alcune zone geografiche. Pertanto, l'operazione notificata permetterebbe alle parti di

¹⁸⁸ Legrand, Piani a Medio Termine.

¹⁸⁹ Legrand, Piani triennali.

combinare le posizioni forti di Schneider nei paesi nordici per quanto concerne le apparecchiature elettriche situate a valle dei quadri terminali con quelle di Legrand nel sud dell'Europa. Allo stesso modo, Schneider apporta la sua forte presenza su tutte le categorie di quadri elettrici di distribuzione e l'appoggia alla forte presenza di Legrand sull'insieme dei prodotti a valle.

551. Successivamente all'operazione notificata, vi sarebbero soltanto due paesi del SEE (la Germania e la Finlandia) in cui l'entità combinata non disporrebbe di posizioni dominanti. Più in generale, occorre altresì segnalare che Schneider dichiara di occupare il secondo posto a livello mondiale nel settore dei materiali elettrici a bassa tensione, mentre Legrand si presenta come il leader mondiale della distribuzione elettrica ultraterminale. La tabella riportata di seguito illustra la forza dell'entità combinata sull'insieme dei mercati di materiali elettrici a bassa tensione.

Tabella 30

	Quadri generali (DFI)	Sottoquadri (DBM)	Quadri terminali	Supporti cavo	CEP	Ultra terminale	Derivazione e fissaggio	Posa di cavi in ambiente
Austria	*****	***	*	-	*****	**	-	***
Belgio	*****	*****	***	*	*****	**	-	***
Germania	*	-	-	-	***	-	-	-
Danimarca	***	*****	*****	**	*****	*****	*****	*
Spagna	****	*****	*****	-	****	***	*	**
Francia	*****	*****	*****	-	*****	*****	*****	*****
Finlandia	*	***	**	-	**	***	**	**
Grecia	*	**	**	-	*****	*****	-	*
Italia	***	****	****	**	**	*****	**	*
Irlanda	***	***	**	-	*****	*	-	-
Paesi Bassi	****	***	**	***	****	-	-	*
Portogallo	***	***	****	-	*****	****	-	*****
Regno Unito	*****	****	***	****	*	*	-	**
Svezia	**	***	***	*****	*****	****	***	*****
Norvegia	**	**	**	****	**	****	*****	*****

Legenda: un asterisco (*) rappresenta una quota di vendite compresa tra il 10 e il 20% e così via fino a cinque asterischi (*****) che rappresentano qualsiasi quota di vendita superiore al 50%.

Fonti: quote di mercato fornite dalle parti per il 1999 nel modulo CO e successivamente.

552. Occorre rilevare la posizione molto forte che le parti acquisirebbero sull'insieme dei mercati francesi con quote di vendita superiori al [40-60]*% sul totale dei mercati, esclusi i supporti per cavi e le pose in ambiente (in ogni caso superiore al [40-60]*%). Nessuno dei concorrenti di Schneider/Legrand disporrebbe di una tale gamma di prodotti e di una copertura geografica con posizioni forti sui mercati rilevanti. Soltanto ABB sarebbe in grado di presentare una gamma di prodotti e una copertura geografica equiparabili.

553. Tra gli altri produttori, soltanto Siemens e Hager sono presenti in diversi mercati di prodotti e mercati geografici nel SEE. Tutti gli altri concorrenti sono operatori locali oppure operatori di nicchia, nella maggior parte dei casi su mercati di apparecchiature elettriche a valle dei quadri terminali.

554. La forza dell'una e/o dell'altra parte su ciascun mercato si spiega nella maggior parte dei casi con la potenza dei rispettivi marchi. Come indicano le parti¹⁹⁰, “disponiamo di un assortimento di marchi ottimi e diversificati. Inoltre, i nostri due gruppi hanno dimostrato una vera capacità di gestire diversi marchi, sempre nell'ottica di restare vicini al mercato e sono pertanto abituati a investire fortemente su questi marchi”.
555. La qualità dell'immagine dei marchi di Schneider e di Legrand è indubbia. In Italia, dove è attiva con i marchi Legrand e soprattutto BTicino, Legrand¹⁹¹ cita “l'immagine del marchio BTicino”, “l'utilizzo sinergico dei marchi Legrand e BTicino” e “l'immagine del marchio e [della]* fiducia nella società e nel prodotto” quali tre dei suoi principali punti di forza. In Spagna, Schneider¹⁹² ricorda che il suo marchio Eunea Merlin Gerin costituisce già “un importante operatore” del mercato e che potrà essere ulteriormente consolidato tramite “l'immagine del marchio, sostenuta da Schneider”. In Francia, infine, Legrand indica che uno dei suoi principali punti di forza è la sua “notorietà”. La notorietà e l'immagine delle parti sono all'evidenza ulteriormente accresciute dalla loro presenza sulla parte essenziale del settore del materiale elettrico a bassa tensione, come illustrato sopra dalla tabella 30.
556. I documenti interni¹⁹³ delle parti evidenziano che la reputazione di un marchio può da sola rappresentare un vantaggio concorrenziale significativo. Ciò sembra particolarmente vero in Italia, dove “il mercato si concentra sui tre primi marchi (BTicino, ABB e Merlin Gerin)”, nonché in Francia, dove “i clienti hanno bisogno di essere rassicurati dal marchio”.
557. Tuttavia, dall'indagine della Commissione emerge altresì che la forza dei marchi di Schneider e Legrand si basa anche sulla loro capacità di soddisfare le esigenze degli installatori e dei quadristi. In particolare, la Commissione ha chiesto ai grossisti di classificare i produttori in funzione della loro capacità di soddisfare, per ogni paese, ognuno dei seguenti 9 criteri: qualità dei prodotti, marchio, prezzo, rapidità di consegna, design ed estetica, facilità di installazione, standard tecnologico, completezza della gamma di prodotti e infine assistenza tecnica. Risulta da questa indagine che, tranne rare eccezioni, Schneider figura in genere tra i tre migliori fornitori per ogni criterio e che in Francia e in Italia Schneider e Legrand occupano nella maggior parte dei casi i primi due posti quanto a reputazione per il totale dei criteri.
558. Come illustrato in precedenza, i mercati interessati si caratterizzano per una forte fedeltà degli installatori e dei quadristi. Le forti posizioni concorrenziali delle parti, unitamente alla loro capacità di rispondere in maniera efficiente alle esigenze dei loro clienti, rappresentano quindi basi particolarmente solide.
559. Ma, emerge altresì che le parti effettuano ogni anno investimenti significativi in termini di promozione e di fidelizzazione dei rispettivi clienti. Le parti affermano, infatti, di garantire una presenza commerciale presso il cliente per aiutarlo nella scelta dei prodotti, in particolare attraverso reti di agenzie e personale di vendita in ogni paese, e che

¹⁹⁰ Riunione di informazione Schneider Electric/Legrand, 15 gennaio 2001.

¹⁹¹ Legrand, Piani a Medio Termine.

¹⁹² Schneider, Piano triennale (2001-2002-2003).

¹⁹³ Legrand, Piani a Medio Termine.

propongono tutta una gamma di prodotti e servizi che rafforzano la loro vicinanza e i loro rapporti con gli installatori. Si tratta, quindi, per quanto riguarda i prodotti, di software di cifratura e di dimensionamento degli impianti elettrici o di manuali tecnici, e, per quanto riguarda i servizi, di cicli di formazione (per Legrand), di assistenza telefonica in linea, di risposte alle domande tecniche eccetera. Come indicato in precedenza, queste azioni possono rappresentare fino al [10-30]*% del loro fatturato.

560. Inoltre, certi documenti interni delle parti fanno intendere che le loro azioni in questa direzione possono essere significativamente maggiori rispetto ai concorrenti. Legrand¹⁹⁴ dichiara pertanto che in Italia, “BTicino è l’impresa che ha la maggiore presenza di venditori sul mercato”. Allo stesso modo, Schneider¹⁹⁵ descrive la sua ambizione di “impostare il rapporto con il singolo cliente senza precedenti sul mercato francese”. Infine, in Spagna, Schneider¹⁹⁶ cita la “copertura del territorio con una rete di vendita” come uno dei suoi principali punti di forza rispetto ai concorrenti, [...]*
561. È opportuno infine notare che la fedeltà degli installatori e dei quadristi è rafforzata dall’estensione della gamma di prodotti delle parti (nella distribuzione al dettaglio, nell’installazione ripartita eccetera) e dalle loro posizioni concorrenziali talvolta notevoli per altri prodotti acquistati dagli installatori, come indicato nella tabella 30 riportata sopra. Ciò aumenta ulteriormente la frequenza di utilizzo e la notorietà dei prodotti delle parti, la familiarità degli installatori con questi marchi e quindi l’utilizzo dei quadri di distribuzione in questione. Come indica Legrand¹⁹⁷, [...]*
562. L’operazione proposta dovrebbe altresì permettere all’entità combinata di esercitare meglio il suo potere di mercato, rafforzando e concentrando i suoi marchi, il che accentuerebbe il ruolo imprescindibile delle parti nei loro rapporti con i grossisti. Inoltre, concentrando i marchi su posizioni di riferimento in ognuno dei tre segmenti di applicazione (industria, terziario e residenziale) dei mercati interessati, le parti avrebbero strumenti più adeguati per isolare gli effetti delle loro azioni sui concorrenti.
563. In primo luogo, l’operazione dovrebbe permettere all’entità combinata di estendere il suo potere negoziale nei confronti dei grossisti sul totale dei marchi di cui dispone. Dopo l’operazione, l’entità risultante dalla fusione potrebbe pertanto decidere di estendere a Legrand le disposizioni dei [...]* concesse a [...]*. Tale situazione dovrebbe rafforzare in particolare Legrand in [...]*, che cita¹⁹⁸ la distribuzione limitata dei suoi prodotti e la loro modesta presenza presso i grandi grossisti come una delle sue principali debolezze in questo paese. Allo stesso modo, Legrand potrebbe ottenere un migliore accesso ai grossisti in [...]* dove sembra che ciò abbia costituito un ostacolo al suo sviluppo. Infine, Schneider potrebbe vedere il proprio accesso alla distribuzione in Italia potenziato grazie alle posizioni acquisite da Legrand in questo paese.
564. L’operazione permetterà altresì di accrescere la notorietà e la presenza dei marchi delle due parti, che beneficeranno entrambe delle azioni promozionali e relazionali intraprese in questi paesi.

¹⁹⁴ Legrand, Piani a Medio Termine.

¹⁹⁵ Schneider, Piano triennale.

¹⁹⁶ Schneider, Piano triennale.

¹⁹⁷ Legrand, Piani a Medio Termine.

¹⁹⁸ Legrand, Piani a Medio Termine.

565. Dall'indagine della Commissione emerge altresì che, se Schneider e Legrand si facevano per tradizione una viva concorrenza sui mercati interessati, detengono comunque per tradizione poli di eccellenza diversi e complementari. Schneider sembra brillare in maniera particolare nelle applicazioni terziarie e industriali, mentre Legrand sembra mettersi in evidenza in particolare nel settore residenziale. Dopo l'operazione, l'entità risultante dalla fusione deterrà quindi un marchio di riferimento in ognuna delle tre principali applicazioni dei quadri elettrici di distribuzione. Seguendo l'esempio di quanto ha fatto Legrand dopo l'acquisizione di BTicino, la nuova entità potrà pertanto decidere di potenziare la specializzazione di ognuno dei suoi marchi e di concentrare le azioni di ogni unità sul suo polo tradizionale di eccellenza, per offrire contemporaneamente una copertura totale dello spettro della domanda e una risposta ottimale alle esigenze di ogni categoria di clientela. Attuando questa strategia, l'entità risultante dalla fusione potrà quindi rafforzare la posizione di ogni marchio e colmare le eventuali lacune di ciascuna parte. La nuova entità sarà pertanto ancora più potente delle due parti messe insieme, il che accrescerà la sua influenza sui mercati interessati e limiterà ulteriormente la capacità dei concorrenti esistenti e potenziali di entrare in concorrenza con essa.

C.1.3 Assenza di pressione significativa sul versante della domanda

566. Le parti realizzano una percentuale spesso considerevole delle loro vendite sui mercati interessati tramite i grossisti, di cui alcuni (Rexel, Sonepar e Hagemeyer) sono grandi gruppi internazionali. È quindi necessario esaminare se i grossisti siano in grado di esercitare un potere d'acquisto sufficiente sull'entità risultante dalla fusione per influenzare in misura apprezzabile il comportamento concorrenziale. Per le ragioni suesposte, la Commissione ritiene che non sia questo il caso.

L'entità risultante dalla fusione costituirà un partner imprescindibile per i grossisti

567. Innanzitutto, la Commissione osserva che l'entità risultante dalla fusione costituirà un partner imprescindibile per la maggior parte dei suoi grossisti. Risulta, infatti, che la nuova entità (i) assorbirà una proporzione molto rilevante (in certi casi, più di [40-50]*% delle vendite nazionali) dei fatturati complessivi dei grossisti; (ii) offrirà una gamma di materiali elettrici senza eguali, che combinano gli assortimenti del secondo produttore mondiale di prodotti a bassa tensione e del leader mondiale della distribuzione elettrica ultraterminale; (iii) deterrà nella maggior parte dei casi posizioni concorrenziali notevoli in ciascun paese (cfr. tabella 30 *supra*). Il ruolo imprescindibile dell'entità risultante dalla fusione sarà particolarmente spiccato in Francia e, in misura minore, in Spagna, Italia e Portogallo.

568. È quanto emerge, per esempio, molto chiaramente da [...] che Schneider ha già potuto creare con i suoi principali grossisti in [...] e dai rapporti privilegiati che Legrand dichiara di avere instaurato con i [...] grossisti in Francia e in Italia.

569. Nei suoi documenti interni¹⁹⁹, Legrand indica peraltro [...]. Legrand²⁰⁰ afferma di vantare “ottimi rapporti con la distribuzione” in [...] e “intrattenere rapporti stretti con i distributori francesi, alcuni dei quali accettano di mantenere scorte permanenti di alcuni prodotti di Legrand”.

¹⁹⁹ Legrand, Piani a Medio Termine.

²⁰⁰ Legrand, Piani a Medio Termine e modulo 20-F SEC.

570. Questa situazione è ancora più evidente per Schneider, [...] ²⁰¹.

571. La situazione è identica in [...]*, dove Schneider elabora documenti su obiettivi annuali con [...]*. Lo stesso dicasi per [...]*.

572. Questo fenomeno si spiega in vari modi. In primo luogo, come è stato appena spiegato, le parti rappresentano talvolta operatori imprescindibili su alcuni mercati, considerata la forte preferenza degli installatori e dei quadristi per i prodotti delle parti.

573. Più in generale, l'indagine della Commissione ha stabilito che le parti rappresentavano ciascuna una percentuale molto significativa del fatturato dei principali grossisti. La tabella 31 riportata di seguito fornisce per ognuno dei grandi produttori di materiale elettrico a bassa tensione una forcella di percentuale di vendite (senza distinzione di prodotti) del grossista Rexel. È evidente che, a seguito della concentrazione, l'entità combinata rappresenterà quasi la metà delle vendite di Rexel in Francia, situazione, questa, che riflette le posizioni molto forti e complementari delle singole parti prima della fusione, nonché una percentuale molto ampia delle vendite di Rexel in Italia e in Portogallo, e che in ogni paese le vendite dei suoi prodotti saranno proporzionalmente molto più rilevanti di quelle dei suoi concorrenti. Anche in Spagna Schneider/Legrand sarà relativamente più importante dei suoi concorrenti. Gli altri grandi gruppi hanno fornito dati analoghi alla Commissione.

Tabella 31

	Schneider / Legrand	Siemens	Möller	Gewiss	ABB	GE	Hager	Altri
Austria	0-10	0-10	0-10	0-10	10-20	-	0-10	> 70
Belgio	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 70
Germania	0-10	0-10	0-10	-	10-20	0-10	10-20	> 50
Spagna	10-20	0-10	0-10	-	0-10	-	0-10	> 70
Francia	40-50	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 40
Italia	30-40	0-10	-	0-10	0-10	0-10	0-10	> 50
Paesi Bassi	0-10	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80
Portogallo	30-40	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 50
Regno Unito	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 80
Svezia	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80

Fonte: Rexel, risposta al questionario della seconda fase.

574. Questo si può spiegare con il fatto che le parti offrono ognuna una gamma molto ampia di materiali elettrici a bassa tensione distribuiti da tali grossisti e che detengono nella maggior parte dei casi posizioni assai rilevanti per ciascuno di questi prodotti (cfr. tabella 30 *supra*). La tabella 31 riportata sopra illustra la forza dell'entità combinata sull'insieme dei mercati di materiali elettrici a bassa tensione.

575. Le parti godono altresì di altri punti di forza nei confronti dei grossisti. Da un lato, come indicato in precedenza, l'indagine della Commissione ha evidenziato che i grossisti tendono ormai a favorire i produttori in grado di fornire ampie gamme di prodotti. Le parti presentano quindi un vantaggio significativo in proposito. Un grossista che facesse questa scelta potrebbe anche offrire alla sua clientela diversi marchi, con livelli di prezzo diversi, per numerose categorie di questi prodotti. Infine, occorre sottolineare che i grossisti dipendono dalla domanda creata dai produttori e dai marchi conosciuti dagli

²⁰¹ Schneider, Convergence mode d'emploi.

installatori e dagli utenti finali. Sono quindi costretti ad avere scorte dei prodotti più richiesti che sono in pratica quelli commercializzati con marchi che godono di un elevato livello di notorietà.

576. Risulta altresì che questi rapporti privilegiati siano anche il risultato di veri sforzi da parte di Schneider e Legrand nei confronti dei grossisti. Legrand²⁰² fa presente quindi che offre servizi di consegna espressa ai grossisti in Francia, che costituisce direttamente scorte di sicurezza dei prodotti a modesta rotazione e che investe in nuovi siti di stoccaggio che permettono di migliorare le sue prestazioni logistiche nei confronti dei grossisti. Nei suoi accordi con i grossisti, Schneider²⁰³ [...]*. Secondo Schneider²⁰⁴, questi servizi consentirebbero in particolare ai grossisti di rispondere a una domanda crescente degli installatori relativa all'offerta di prestazioni complementari (consulenza, assistenza tecnica eccetera) rispetto al semplice servizio logistico.
577. La concentrazione proposta permetterà la creazione o lo sviluppo di rapporti privilegiati tra le parti e i loro principali grossisti e dovrebbe altresì favorire il moltiplicarsi di accordi di partenariato analoghi [...]*. [...]*, rafforzeranno ancora le posizioni dell'entità risultante dalla fusione sull'insieme dei mercati interessati dall'operazione (e a maggior ragione sui mercati relativi ai sottoquadri elettrici in Francia e in Italia e ai quadri terminali in Danimarca, Spagna, Francia, Italia e Portogallo) e, per converso, indeboliranno ulteriormente gli altri produttori.
578. Nella loro risposta, le parti sottolineano che, nei paesi interessati, i grossisti distribuiscono oggi numerose marchi. Lungi dall'attenuare gli effetti dell'operazione, tale stato di cose minaccia, invece, di accentuare gli effetti del fenomeno descritto in precedenza. Più i grossisti che intrattengono rapporti privilegiati con l'entità risultante dalla fusione distribuiscono marchi dei concorrenti, più questi ultimi rischiano di essere indeboliti da un trattamento meno favorevole da parte dei grossisti stessi.

Struttura della concorrenza a livello dei grossisti

579. In secondo luogo, il grado di concentrazione (cfr. la tabella 6 *supra*) a livello dei grossisti, e quindi il potere d'acquisto individuale di ognuno di loro, varia notevolmente da uno Stato membro all'altro. Questa concentrazione è particolarmente importante in Francia e sembra essere nettamente più modesta in Spagna. È pertanto altamente improbabile che ciascun grossista spagnolo disponga di un potere di acquisto sufficiente per influenzare in maniera apprezzabile il comportamento concorrenziale della nuova entità.
580. Nella loro risposta, le parti contestano l'assenza di potere di acquisto dei piccoli grossisti. Sottolineano in particolare che, in certi paesi sul cui territorio i grossisti sono presenti in modo capillare (come la Spagna o il Portogallo), esiste una forte concorrenza nei prezzi fra i grossisti, che si ripercuote in una pressione sui prezzi offerti dai produttori.
581. La Commissione non contesta questo elemento, che ha essa stessa rilevato in diverse occasioni. Detto questo, da un lato, le parti sottolineano altresì la concentrazione sempre

²⁰² Legrand, modulo 20-F SEC.

²⁰³ Schneider, documenti forniti in risposta alla domanda 311.

²⁰⁴ Risposta di Schneider al questionario Hagemeyer.

maggiore della distribuzione in certi paesi, in particolare il Portogallo (dove Rexel e Sonepar detengono ormai il 40% delle vendite di componenti per quadri di distribuzione). Ciò probabilmente attenuerà la concorrenza sotto il profilo dei prezzi tra grossisti, come avviene nei paesi in cui la distribuzione è già più concentrata. D'altro canto, e ad ogni modo, la concorrenza tra grossisti non significa potere d'acquisto di ciascun grossista. Al contrario, la Commissione sostiene che, nei paesi in cui la distribuzione è capillare, ogni singolo grossista non ha gli strumenti per resistere alla pressione di un operatore imprescindibile, che detiene posizioni di prim'ordine per un numero rilevante di prodotti distribuiti. Questo potere d'acquisto è ancora indebolito dalla concorrenza di prezzi esistente tra grossisti, poiché tale concorrenza minaccia la redditività di questi grossisti e rende ancora più indispensabile l'inserimento in listino dei marchi più richiesti. L'esistenza di accordi di partenariato, nonostante la viva concorrenza tra grossisti spagnoli e portoghesi, tra Schneider e questi distributori, già dimostra peraltro questa situazione. Dopo l'operazione, l'entità risultante dalla fusione potrà quindi utilizzare il suo potere di mercato per imporre le condizioni contrattuali che sceglierà, minacciando i piccoli grossisti restii a favorire i loro concorrenti.

582. Risulta infine che anche un grado elevato di concentrazione per quanto riguarda i grossisti non significhi automaticamente una forte pressione al ribasso sui prezzi. Infatti, i documenti interni di Legrand²⁰⁵ mostrano che, in alcuni paesi (come [...]*) , uno dei motivi per cui i grossisti apprezzano i prodotti di questa impresa è che, visto che sono relativamente cari, questi prodotti permettono ai grossisti di ottenere un buon margine di guadagno. [...]*, poiché il semplice livello dei prezzi dei prodotti Legrand permette ai grossisti di ricavare un profitto superiore da ogni vendita rispetto a quanto potrebbero ottenere da prodotti meno costosi. I documenti interni²⁰⁶ di Legrand mostrano altresì che, nonostante la presenza di una distribuzione concentrata in Francia, i prezzi pagati dai grossisti sono in media notevolmente più elevati rispetto alla media europea (cfr. anche le indicazioni relative ai prezzi delle tabelle da 7 a 10 *supra*) e che l'eventuale pressione al ribasso sui prezzi non è imputabile ai grossisti, ma piuttosto alla concorrenza tra Schneider e Legrand.

583. Questa apparente indifferenza dei grossisti nei confronti del livello dei prezzi sembra in gran parte spiegarsi con la mancanza di elasticità della domanda di materiale elettrico per quanto riguarda i prezzi. Come indicato in precedenza, la domanda di materiale elettrico dipende essenzialmente da fattori esogeni al settore.

I rapporti contrattuali tra Schneider/Legrand e i grossisti favoriranno il mantenimento della posizione dell'entità combinata

584. I rapporti commerciali tra i produttori dei prodotti in questione e i grossisti sono caratterizzati dall'esistenza di meccanismi complessi di sconti commerciali. Dai documenti forniti dalle parti²⁰⁷ emerge che esistono tre categorie principali di sconti: (i) "di partenariato", (ii) "di obiettivo" o "di crescita" e infine (iii) "di volume".

585. Gli sconti di partenariato sono concessi dai produttori ai grossisti che distribuiscono i loro prodotti in cambio di vari servizi commerciali e di marketing. Si tratta nella maggior parte dei casi di azioni specifiche di promozione di vendite dei loro prodotti oppure di

²⁰⁵ Legrand, Piani a Medio Termine.

²⁰⁶ Legrand, Piani a Medio Termine.

²⁰⁷ Risposta delle parti alla domanda 148 del questionario del 6 aprile 2001.

informazioni di marketing sulla collocazione dei loro prodotti. Emerge dai documenti delle parti che queste sconti “di partenariato” possono rappresentare fino al [0-30]*% del fatturato al netto delle imposte realizzato con i grossisti.

586. Gli sconti “di crescita” sono legati a obiettivi di crescita del fatturato realizzato dai produttori con i grossisti. Il fatturato preso in considerazione può essere il fatturato globale generato dalla vendita di tutti i prodotti del catalogo del produttore oppure il fatturato generato dalla vendita di certe linee di prodotti specifici. Accade spesso che un produttore conceda sconti di questo tipo sui suoi nuovi prodotti. Per quanto riguarda Schneider e Legrand, risulta che questi sconti “di obiettivo” possano rappresentare fino a [0-30]*% del fatturato al netto delle imposte generato dal grossista.
587. Infine, l’ultima categoria è quella degli sconti “di volume” calcolati in funzione dell’importo globale degli acquisti realizzati dai grossisti presso i produttori. Hanno pertanto come base il fatturato realizzato da un produttore con un grossista con la vendita non soltanto di componenti di quadri di distribuzione, ma anche di altri prodotti elettrici a bassa tensione, come le apparecchiature posizionate a valle del quadro terminale. L’importo dello sconto, o coefficiente riduttore, è determinato dal livello di fatturato registrato annualmente. Di solito, il contratto tra il grossista e il produttore fissa soglie di fatturato a cui corrisponde una percentuale di sconto. Maggiore è il fatturato realizzato, più elevata è la percentuale di sconto, il che riduce progressivamente l’importo effettivo dello sconto. Questi sconti di volume rappresentano fino al [0-30]*% del fatturato al netto delle imposte realizzato dal produttore con un grossista.
588. Oltre a questi sconti, risulta anche che i produttori concedano ai grossisti sconti sul prezzo di vendita dei loro prodotti. Tali sconti sono particolarmente importanti poiché possono rappresentare più del [30-70]*% del prezzo di vendita dei prodotti. Se tutti i grossisti beneficiano di sconti, l’importo degli sconti concessi a ognuno di loro varia in funzione del fatturato realizzato con ogni produttore.
589. Per loro stessa natura, questi diversi meccanismi favoriscono i produttori che offrono ampie gamme di prodotti e che generano una quota importante del fatturato dei grossisti. Infatti, questi produttori rappresentano una percentuale importante degli acquisti dei grossisti che beneficiano in cambio di sconti sostanziali da parte dei fabbricanti. Gli sconti, che possono rappresentare fino al [0-30]*% dell’importo totale degli acquisti, costituiscono una percentuale rilevante del loro margine di profitto. Pertanto, un grossista è ovviamente indotto a concentrare le sue vendite e quindi i suoi acquisti sui prodotti dei pochi fornitori, che costituiscono una quota importante dei suoi acquisti.
590. L’operazione proposta cambia la situazione di equilibrio relativo che preesisteva tra i produttori. Porta alla nascita di un gruppo che, su numerosi mercati di prodotti elettrici a bassa tensione, sarà il principale fornitore dei grossisti con un vantaggio sostanziale sul secondo fornitore. Come spiegato sopra, tale ipotesi si verificherà in particolare in Francia. Significa che la maggior parte dei grossisti fortemente dipenderà dal nuovo gruppo per quanto concerne l’importo globale delle promozioni e degli sconti ottenuti dai produttori, i quali determineranno una notevole quota del loro margine di profitto. Ogni riduzione di fatturato registrato con i prodotti di Schneider/Legrand comporterebbe quindi una riduzione delle promozioni e degli sconti che saranno accordati da questo gruppo senza che l’aumento del fatturato realizzato con gli altri fornitori possa controbilanciare questa diminuzione, poiché la percentuale dello sconto cresce in funzione del livello di fatturato raggiunto.

591. Pertanto, i grossisti avranno un ulteriore incentivo ad assicurarsi che il livello dei loro acquisti presso Schneider/Legrand rimanga almeno costante. Inoltre, questi meccanismi complessi di promozioni e sconti, abbinati al peso importante assunto dal nuovo gruppo per quanto riguarda gli acquisti dei grossisti, conferiranno a Schneider/Legrand un notevole strumento di pressione nei confronti di questi grossisti. Schneider/Legrand sarà in particolare in grado di costringere i grossisti a distribuire i suoi nuovi prodotti o le gamme di prodotti che non distribuivano fino ad allora [...] ²⁰⁸.

Conclusione

592. Come spiegato in precedenza, gli installatori e i quadristi sono estremamente numerosi nei paesi in questione. Tenuto conto della frammentazione della domanda proveniente da installatori e quadristi, nonché della fedeltà di questi ai marchi, non sembra pertanto che la domanda in questione sia in grado di esercitare un potere d'acquisto significativo sull'entità risultante dalla fusione.

593. Soltanto i grossisti, in particolare i più importanti, potrebbero, se del caso, tentare di opporsi a un tentativo di aumento dei prezzi da parte di Schneider/Legrand. La loro motivazione a resistere sarà tuttavia debole per tre ragioni principali:

- (i) un aumento dei prezzi di vendita del nuovo gruppo non si tradurrà in una riduzione dei loro margini di profitto. Al contrario, un aumento dei prezzi comporterà una crescita del fatturato che i grossisti realizzeranno con Schneider/Legrand, il che a sua volta comporterà un aumento degli sconti sui volumi;
- (ii) i grossisti dipenderanno ampiamente dal nuovo gruppo che potrà in larga misura determinare l'importo dei loro margini di profitto attraverso i meccanismi di promozioni e sconti. Di conseguenza, qualsiasi tentativo di opporsi a un aumento dei prezzi di Schneider/Legrand spostando una frazione della domanda verso altri produttori equivarrebbe a correre un rischio notevole da parte dei grossisti;
- (iii) un tentativo da parte dei grossisti di spostare una frazione della domanda verso i prodotti di altri produttori si tradurrebbe, almeno a breve e medio termine, in un aumento dei loro costi di stoccaggio e di trasporto. Infatti, gli installatori attribuiscono molta importanza, oltre al marchio, alla disponibilità immediata o quasi immediata dei prodotti. Il grossista che vuole sviluppare le vendite di un concorrente di Schneider/Legrand dovrà dunque iniziare aumentando le scorte di prodotti di questo concorrente prima di poter iniziare a commercializzarli.

594. In conclusione, da quanto precede emerge che i clienti diretti (grossisti) e indiretti (installatori e quadristi) delle parti non sarebbero in grado di opporsi a un aumento dei prezzi dell'entità risultante dalla fusione. Da un lato, gli installatori e i quadristi sono troppo frammentati per poter esercitare un potere d'acquisto significativo nei confronti della nuova entità. Lo stesso vale per i grossisti spagnoli, danesi e portoghesi. Dall'altro lato, un aumento di prezzo non sarebbe necessariamente contro gli interessi dei grossisti, poiché livelli di prezzo elevati garantiscono a questi ultimi entrate superiori a volume (e quindi costo) costante. Infine, l'entità risultante dalla fusione raggiungerà un tale livello

²⁰⁸ Piano a Medio Termine Spagna BTicino, pagina indicata con PMT2C'4. Documento fornito in risposta alla domanda 315 del questionario del 6 aprile 2001.

di potenza nei paesi interessati (grazie alle sue posizioni concorrenziali molto forti, nonché dell'estensione della sua gamma di attività) da riuscire a confermare ancora il suo ruolo di partner imprescindibile, a cui i grossisti in genere preferiranno allearsi piuttosto che opporsi.

C.1.4 Assenza di pressione significativa da parte della concorrenza

595. Dai risultati dell'indagine condotta dalla Commissione emerge che sarà difficile per i concorrenti esistenti esercitare una pressione significativa sul comportamento dell'entità risultante dalla fusione.
596. In primo luogo, i documenti interni delle parti mostrano che, anche prima dell'operazione, sarebbe stato difficile per gli attuali concorrenti delle parti contestare la preminenza del marchio leader sui mercati interessati. Legrand²⁰⁹ spiega infatti che, per i sottoquadri e i quadri terminali in Francia, [...]*
597. Per i sottoquadri e i quadri terminali, Legrand²¹⁰ spiega anche che [...]*
598. Per quanto riguarda i quadri terminali in Spagna, infine, Legrand anticipava altresì [...]*
599. Le pressioni sui concorrenti aumenteranno con la concentrazione notificata. Rischiano innanzitutto di concretizzarsi a livello dei grossisti. Infatti, come appena spiegato, l'operazione permetterà all'entità risultante dalla fusione di confermare la sua posizione di partner imprescindibile e privilegiato dei grossisti nei paesi in questione. Questa situazione consentirà alla nuova entità di creare o sviluppare le sue alleanze con i grossisti ([...]*). Queste alleanze [...]* potenzieranno la percezione di disponibilità e qualità di servizio di questi prodotti e, per converso, ostacoleranno ulteriormente lo sviluppo di altri marchi. Questo fenomeno sarà tanto più importante poiché, come indicano le parti, i grossisti interessati distribuiscono oggi i prodotti di numerosi altri marchi.
600. Questo fenomeno accentuerà lo squilibrio esistente tra l'entità risultante dalla fusione e i suoi principali concorrenti e comprometterà i tentativi di sviluppo di questi produttori. Nella misura in cui i grossisti desiderino ridurre il numero di marchi offerti e privilegiare i produttori che dispongono di ampi assortimenti di prodotti, questa situazione potrebbe anche portare alla marginalizzazione dei produttori caratterizzati da posizioni deboli e/o assortimenti limitati (come [...]* in Italia o [...]* in Francia e in Spagna).
601. La seconda difficoltà sarà a livello degli installatori e dei quadristi. Da un lato, l'indagine della Commissione mostra che, nei paesi interessati, l'offerta dei concorrenti (in termini di qualità, marchio, prezzo, tempi di consegna eccetera) è già spesso percepita meno bene rispetto alle offerte delle parti. Dall'altro lato, come spiegato sopra, questa differenza di reputazione rischia di accentuarsi dopo la concentrazione, a causa del probabile rafforzamento di ognuno dei marchi detenuti dall'entità risultante dalla fusione e delle crescenti difficoltà incontrate dai concorrenti nell'ambito della distribuzione.
602. Ne consegue che i concorrenti incontreranno sempre più difficoltà a sottrarre clienti a Schneider e Legrand e potrebbero accontentarsi di posizioni di second'ordine sui mercati interessati. Per contro, il rafforzamento delle parti e l'indebolimento dei loro concorrenti

²⁰⁹ Legrand, Piani a Medio Termine.

²¹⁰ Legrand, Piani a Medio Termine.

potrebbe facilitare l'acquisizione di nuovi clienti da parte dell'entità risultante dalla fusione, situazione, questa, che potrebbe in particolare verificarsi se gli altri produttori perdessero la loro disponibilità immediata presso i principali grossisti (il che rappresenta un fattore di esclusione da parte degli installatori, che non tengono scorte). Questo fenomeno sarebbe ancora più accentuato se, come sostengono ormai le parti, la fedeltà dei clienti fosse più debole rispetto a quanto indicano i risultati dell'indagine.

603. L'operazione potrebbe altresì portare a una riduzione delle azioni promozionali e relazionali intraprese dai produttori nei confronti degli installatori e dei quadristi. Infatti, da un lato, i risultati dell'indagine mostrano che questi investimenti possono rappresentare percentuali notevoli (fino al [10-20]*%) del fatturato nazionale dei produttori per i prodotti in questione. Dall'altro lato, questi importi corrispondono in gran parte a operazioni o servizi permanenti (formazione degli installatori, assistenza tecnica eccetera). Infine, le relazioni di diverse banche di credito finanziario²¹¹ indicano che, nel settore del materiale elettrico a bassa tensione, il margine di profitto dei marchi aumenta con la loro quota di mercato. Il rafforzamento dei marchi di Schneider e Legrand e, per contro, l'indebolimento probabile dei loro principali concorrenti potrebbe quindi avere ripercussioni sulla capacità di questi concorrenti di mantenere in maniera redditizia i loro sforzi commerciali nei paesi interessati e pertanto di preservare la qualità dei loro legami con gli installatori e i quadristi.
604. È opportuno infine notare che ogni concorrente si basa nella maggior parte dei casi soltanto su uno o due segmenti di applicazioni (residenziale, terziario e industriale) e che, dopo l'operazione, l'entità risultante dalla fusione disporrà contemporaneamente di una copertura completa di questi segmenti e di un marchio di riferimento per ognuno di loro. Se, come spiegato sopra, la nuova entità decide di concentrare gli sforzi di ognuno dei suoi marchi sui poli di eccellenza specifici, sarà in grado di avviare azioni specificamente mirate contro ciascun concorrente. I documenti interni delle parti mostrano d'altronde che questa strategia è già stata utilizzata in passato. Secondo Legrand²¹², Schneider, che in Portogallo detiene posizioni molto forti sul mercato degli interruttori miniaturizzati, soprattutto per le applicazioni industriali e terziarie, [...]*
605. Inoltre, la presenza dell'entità combinata su una gamma assai ampia di prodotti su ognuno dei territori interessati (cfr. tabella 30 *supra*) permetterà all'entità stessa di disporre di mezzi di rappresaglia mirati contro i propri concorrenti, per esempio indebolendo, mediante politiche di sconto appropriate offerte ai grossisti, una determinata linea di prodotti di un concorrente.
606. Alla luce di quanto suesposto, sembra che l'operazione porterà, da un lato, alla nascita di un gruppo che combina le forze di ognuna delle due imprese e non più soggetto quindi alla concorrenza tra Schneider e Legrand; ma, dall'altro, essa porterà anche al rafforzamento di ognuna delle parti nei loro poli di eccellenza tradizionali e permetterà la creazione di un gruppo che detiene i marchi di riferimento in ciascuna delle tre categorie di applicazioni (residenziale, terziario e industriale) sui mercati interessati.
607. È opportuno anche notare che le attività integrate dei concorrenti di Schneider e di Legrand non saranno in grado di esercitare una effettiva pressione concorrenziale

²¹¹ Relazione Crédit Suisse First Boston su Legrand (11 settembre 2000), Relazione Dresdner Kleinwort Wasserstein – Schneider (18 gennaio 2001).

²¹² Legrand, Piani a Medio Termine.

sull'entità risultante dalla fusione. Infatti, come illustrato in precedenza, questi concorrenti hanno attività marginali integrate nei paesi interessati. Inoltre, in mancanza di presenza sostanziale di questi concorrenti presso i grossisti, non potrebbero basarsi sulle sole vendite integrate per esercitare una concorrenza effettiva.

608. Da quanto esposto deriva che i concorrenti esistenti delle parti non saranno in grado di esercitare una pressione sufficientemente forte per influenzare il comportamento dell'entità risultante dalla fusione. Come appena spiegato, questa conclusione si applica ai principali concorrenti delle parti sui mercati interessati, ovvero a gruppi (come ABB, Siemens o GE) che dispongono di una gamma completa di prodotti sui mercati interessati. Si applica anche a maggior ragione ai produttori con un assortimento di prodotti più limitato (come Hager, J Müller o Geyer). Questi produttori, già spesso in posizioni marginali, potrebbero anche rischiare di perdere il loro accesso ai grossisti dopo l'attuazione dell'operazione notificata.
609. Infine, come indicato sopra, l'ingresso nei mercati in questione sembra ancora più improbabile poiché ogni nuovo operatore dovrebbe innanzitutto affrontare l'enorme potere concorrenziale delle parti. Se, come illustrato in precedenza, gli attuali concorrenti delle parti dovessero uscire indeboliti dall'operazione, non vi sono dubbi che un nuovo operatore incontrerà difficoltà notevoli nel tentativo di conquistare una qualsiasi posizione sui mercati in questione. Questa conclusione è d'altronde confermata dalla storia delle parti. Come spiega Schneider²¹³, [...]*. Se un operatore così diversificato e potente come Schneider non è riuscito, nonostante reiterati tentativi, a occupare una posizione significativa su un mercato meno concentrato rispetto ai mercati interessati, quali possibilità ha un nuovo operatore?
610. In conclusione, e come indicato da un produttore²¹⁴, “sviluppare una gamma paragonabile alla nuova entità in tutti i paesi interessati è quasi impossibile da immaginare. Si tratta di un investimento per ogni paese dell'ordine di 5-10 MEUR e di oltre 10 anni di sforzi in termini di ricerca e sviluppo. Soltanto l'acquisizione di gamme esistenti già presenti all'interno di imprese accessibili è una risposta parzialmente credibile”.

C.1.5 Conclusione per i quadri elettrici di distribuzione

611. Da quanto suesposto emerge che la concentrazione notificata cambierà materialmente le condizioni di concorrenza sui mercati francese e italiano degli interruttori scatolati, degli interruttori miniaturizzati e degli armadi per sottoquadri elettrici, sui mercati francese e portoghese degli interruttori di collegamento e sui mercati degli interruttori miniaturizzati, delle protezioni differenziali e delle cassette per quadri terminali in Danimarca, Spagna, Italia e Portogallo. Modificherà altresì le condizioni di concorrenza sui mercati francese e italiano dei sottoquadri e sui mercati dei quadri terminali in Danimarca, Spagna, Francia, Italia e Portogallo. Dagli sviluppi sopra esposti e in particolare dalle importanti quote di mercato, dalla reputazione dei suoi marchi e dai rapporti privilegiati con i grossisti emerge che Schneider deteneva, prima della concentrazione, una posizione dominante sull'insieme dei mercati francesi in questione, ad eccezione del mercato degli interruttori di collegamento.

²¹³ Schneider, risposta alla domanda 84.

²¹⁴ Hager, risposta al questionario della prima fase.

612. Gli effetti dell'operazione rischiano di essere particolarmente importanti sul livello dei prezzi dei materiali in questione. Da un lato, come indicato in precedenza, la domanda per tali materiali è caratterizzata da una scarsa elasticità. La creazione di un operatore del tutto imprescindibile sui mercati interessati, l'indebolimento se non addirittura l'emarginalizzazione degli altri concorrenti e l'eliminazione della rivalità tra Schneider e Legrand (che rappresentava uno dei principali motori, se non la fonte essenziale della concorrenza su alcuni dei mercati interessati, in particolare in Francia) dovrebbero quindi tradursi in un aumento molto apprezzabile dei prezzi dei materiali in questione, sia a livello degli installatori e dei quadristi sia a livello dell'utente finale. La presenza di variazioni significative tra Stati membri e il livello elevato dei prezzi sui mercati più concentrati corroborano questa conclusione.

613. Pertanto, la Commissione ritiene che l'operazione notificata porterà alla creazione di una posizione dominante sul mercato italiano degli interruttori scatolati, degli interruttori miniaturizzati e degli armadi per sottoquadri, sui mercati francese e portoghese degli interruttori di collegamento e sui mercati degli interruttori miniaturizzati, delle protezioni differenziali e delle cassette per quadri terminali in Danimarca, Spagna, Italia e Portogallo. L'operazione rafforzerà altresì la posizione dominante di Schneider sul mercato francese degli interruttori scatolati, degli interruttori miniaturizzati e degli armadi per sottoquadri, delle protezioni differenziali e delle cassette per quadri terminali. Queste conclusioni sono identiche per i mercati francese e italiano dei sottoquadri e per i mercati dei quadri terminali in Danimarca, Spagna, Francia, Italia e Portogallo.

C.2 Mercato dei supporti per cavi

614. L'entità risultante dalla fusione Schneider/Legrand sarà il principale operatore sul mercato europeo dei supporti per cavi con una quota di mercato dell'ordine del [10-20]*% (Schneider [0-10]*%, Legrand [10-20]*%). Il suo principale concorrente sarà Hager con una quota di mercato del [0-10]*% a livello del SEE. Schneider/Legrand sarà presente in nove Stati membri del SEE, mentre Hager sarà presente in undici. L'operazione proposta porta alla somma delle quote di mercato soltanto su un mercato nazionale, quello del Regno Unito.

C.2.1 L'entità risultante dalla fusione disporrà di quote di mercato largamente superiori rispetto a quelle dei suoi concorrenti sul mercato britannico

615. La tabella 32 riportata di seguito, elaborata in base ai dati trasmessi dalle parti²¹⁵, indica le quote di mercato dei principali concorrenti sul mercato britannico dei supporti per cavi nel corso del 2000.

²¹⁵ Risposta delle parti del 22 giugno 2001 a una domanda della Commissione del 19 giugno 2001.

Tabella 32

Concorrenti	Quote di mercato (in %)
Legrand	[30-40]*
Schneider	[0-10]*
RM Cable Tray	[0-10]*
Unitrust	[0-10]*
Unitrunk	[0-10]*
Ackermann	[0-10]*
Altri	[30-40]*

Fonte: parti.

616. Nella loro risposta²¹⁶, le parti hanno ribadito che la prima stima di quote di mercato che avevano fornito alla Commissione non corrispondeva alla realtà. Spiegano che questa prima valutazione comprendeva i materiali destinati al trasporto di corrente a valle dei quadri terminali di distribuzione, che, in quanto tali, appartengono a un mercato di prodotti diverso, quello delle pose di cavi in ambiente. Una volta corretto questo errore, le quote di mercato dei principali produttori sul mercato rilevante sarebbero le seguenti:

²¹⁶ Punti 500 e 533.

Tabella quote di mercato supporti per cavi nel Regno Unito - parti

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

Fonte: parti

617. La seconda stima fornita dalle parti differisce dalla prima essenzialmente per quanto riguarda Unitrust/Tyco, la cui quota di mercato è del [20-30]*% nel primo caso contro soltanto il [0-10]*% nel secondo caso.
618. Le verifiche condotte dalla Commissione hanno tuttavia chiaramente evidenziato che la seconda stima trasmessa dalle parti sopravvaluta ampiamente la posizione di Unitrust/Tyco, che si attesta [tra il 5% e il 15%]*, ovvero a un livello molto vicino a quello inizialmente valutato dalle parti.
619. Inoltre, la seconda stima delle parti non prende in considerazione la quota di mercato detenuta da Schneider con il marchio Wibe. Ora, emerge dalle informazioni fornite dalle parti²¹⁷ che Wibe rappresenta il [0-10]*% del mercato rilevante.
620. In conclusione, alla luce delle verifiche condotte dalla Commissione, le quote di mercato dei principali concorrenti sono circa le seguenti:

Tabella quote di mercato supporti per cavi nel Regno Unito

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

Fonte: indagine della Commissione

621. A seguito dell'operazione proposta, Schneider/Legrand deterrà una quota di mercato dell'ordine del [30-40]*% che sarà quattro volte superiore rispetto a quella dei suoi

²¹⁷ E-mail delle parti del 30 luglio 2001 in risposta a una domanda della Commissione del 20 luglio 2001.

concorrenti più vicini, RM Cable Tray e Unitrust/Tyco. Il mercato rilevante sarà così caratterizzato, in termini di quote di mercato, dall'esistenza di un leader di gran lunga predominante e di numerosi inseguitori.

622. Inoltre, Schneider/Legrand deterrà quote di mercato ancora più elevate su diversi segmenti del mercato britannico dei supporti per cavi, come indicato dalla tabella riportata di seguito, elaborata sulla base dei dati trasmessi dalle parti²¹⁸.

Tabella 33

	Supporto per cavi in acciaio	Passerella in acciaio	Supporto per cavi in fili d'acciaio	Supporto per cavi in plastica	Supporto e passerella in plastica rinforzata con fibre di vetro
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]*%
Altri	[0-10]*% (Perfast/Cablok)	[10-20]*% (Vantrunk)	[20-30]*% Obo Bettermann)	10-20]*% Marshall Tufflex	[10-20]*% (vari)

623. In seguito all'operazione, Schneider/Legrand sarebbe quindi non soltanto un gruppo largamente leader sul mercato britannico dei supporti per cavi in generale, ma deterrebbe inoltre posizioni particolarmente forti sulla quasi totalità dei segmenti del mercato in questione. La sua posizione sarà più debole soltanto sul segmento dello "Steel Strut-channel support system", dove disporrà di una quota di mercato del [0-10]* % e sarà preceduto da Unitrust (quota di mercato del [40-50]*%) e Metsec ([10-20]*%).

624. L'operazione notificata ha quindi il doppio effetto di rafforzare Schneider (i) tramite l'apporto di quote di mercato di Legrand sui segmenti del mercato dei supporti per cavi in acciaio, dove già era dominante, e (ii) tramite l'apporto delle posizioni di Legrand sui segmenti del mercato dei supporti per cavi in plastica e in plastica rinforzata con fibra di vetro, in cui non era presente.

625. Nella loro risposta, le parti hanno indicato che [una quota importante]* dei supporti per cavi venduti da Mita proveniva in effetti da supporti per cavi in filo di ferro saldato prodotti da un terzo (Métal Déployé). Hanno altresì spiegato che Mita avrebbe perso questo contratto con Métal Déployé (che riguardava al contempo la distribuzione da parte di Mita dei prodotti di Métal Déployé e l'uso del marchio Cablofil, proprietà di Métal Déployé). [...]*. Secondo le parti, i supporti per cavi in filo di ferro saldato forniti da Métal Déployé a Mita e commercializzati con il marchio Cablofil rappresentavano

²¹⁸ Risposta delle parti del 19 luglio 2001 a una domanda della Commissione del 12 luglio 2001.

una quota del [0-10]*% sul mercato britannico, il che riduce la quota di Schneider al [0-10]*%, includendo nel calcolo anche Thorsmann. Inoltre, le parti affermano che Métal Déployé diverrà a breve termine un concorrente serio sul mercato rilevante. In effetti, la controllata che intende creare sul mercato britannico godrà, secondo l'accordo che definisce l'interruzione del contratto di fornitura, della forza di vendita costituita da Mita per i supporti di cavi in filo di ferro saldato, nonché della notorietà del marchio Cablofil su questo mercato.

626. È opportuno innanzitutto rilevare che il contratto di fornitura che vincola Mita a Métal Déployé non è ancora effettivamente interrotto, [...]*. Inoltre, nell'ipotesi in cui si giungesse alla rottura del contratto, Mita potrebbe facilmente rifornirsi per i prodotti in questione presso Wirtemold, controllata di Legrand che commercializza questi stessi prodotti. Le parti hanno infatti spiegato che Wiremold gode di un contratto di fornitura con PEMSA. Inoltre, come riconosciuto dalle parti, esiste una sostituibilità completa fra le canalizzazioni in acciaio, le canalizzazioni in fili d'acciaio e le passerelle in acciaio. Infine, la perdita del marchio Cablofil sarebbe compensata per Mita dal fatto che questo era affiancato al marchio Mita (come emerge dai cataloghi di prodotti Mita). Per questi motivi, Mita non risulterebbe sensibilmente indebolita dall'ipotetica rottura del contratto di fornitura e di licenza di marchio che fino ad ora la legava a Métal Déployé.

627. Quanto alla seconda argomentazione addotta dai terzi, ovvero la prossima comparsa sul mercato britannico di Métal Déployé, è opportuno rilevare innanzitutto che tale comparsa non è per ora affatto certa, ma dipende da una semplice decisione da parte dell'impresa stessa. Ad ogni modo, anche se l'ingresso dovesse effettivamente concretizzarsi, non riuscirebbe a tradursi in un guadagno automatico delle quote di mercato detenute da Mita con la vendita dei suoi prodotti. Infatti, innanzitutto è già stato spiegato che il marchio Cablofil era finora utilizzato insieme al marchio Mita e sotto la sua copertura. Il marchio Cablofil da solo non avrà quindi tutta la forza e la notorietà di cui gode il marchio Mita Cablofil. In secondo luogo, Métal Déployé dovrà superare le barriere all'ingresso ricordate in precedenza, che caratterizzano il mercato dei supporti per cavi. Queste barriere all'ingresso risulteranno addirittura rafforzate, per quanto concerne specificamente il mercato britannico, dalla forza dell'entità risultante dalla fusione (come analizzato in appresso).

C.2.2 L'entità risultante dalla fusione disporrà di una gamma di prodotti più ampia di quella dei suoi concorrenti

628. Nel complesso, Schneider/Legrand si presenta come un gruppo attivo in tutti i segmenti del mercato britannico dei supporti per cavi. Nessuno dei suoi concorrenti dispone di una gamma di prodotti che copra l'insieme dei segmenti di questo mercato. In particolare, nessuno dei suoi principali concorrenti dispone di un'offerta che comprenda le passerelle in plastica e i supporti per cavi in plastica rinforzata con fibre di vetro.

629. Prima della concentrazione, soltanto Legrand è presente nei segmenti dei supporti per cavi in plastica e in plastica rinforzata con fibre di vetro, con prodotti commercializzati con il marchio Legrand. Questi segmenti, molto più piccoli in termini di valore rispetto agli altri segmenti del mercato, si avvicinano molto a mercati di nicchia abbandonati dai grandi operatori del mercato. Pertanto, Schneider, con i marchi Mita, Wibe e Thorsman e Wiremold, gruppo acquisito da Legrand nel 2000, è presente unicamente sui diversi segmenti del mercato dei supporti per cavi in acciaio. L'operazione notificata ha quindi per effetto quello di fare emergere un operatore che goda di una posizione unica sul mercato in questione.

630. L'offerta di prodotti dei principali operatori sul mercato interessato nel corso del 2000 è specificata in dettaglio nella tabella riportata di seguito.

Tabella 34

	“Steel Strut channel ”	Supporti per cavi in acciaio	Passerelle in acciaio	Supporti per cavi in fili d'acciaio	Supporti per cavi in plastica	Supporti per cavi in plastica rinforzata con fibre di vetro
Schneider/Legrand	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente
RM Cable Tray	Presente	Presente	Presente	Presente	Assente	Assente
Unitrust	Presente	Presente	Presente	Presente	Assente	Assente
Unitrunk	Assente	Presente	Assente	Presente	Assente	Assente
Vantrunk	Presente	Presente	Presente	Presente	Assente	Assente
Obo Bettermann	Assente	Presente	Assente	Presente	Assente	Assente
Metsec	Presente	Presente	Assente	Assente	Assente	Assente
Perfast/Cablok	Assente	Presente	Presente	Assente	Assente	Assente

631. Come spiegato in precedenza, i supporti per cavi in plastica rinforzata con fibre di vetro presentano caratteristiche tecniche che li rendono particolarmente adatti a un utilizzo in atmosfera corrosiva. Questi prodotti sono pertanto, dal punto di vista della domanda, difficilmente sostituibili da altre categorie di supporti per cavi fabbricati con altri materiali. L'entità risultante dalla fusione Schneider/Legrand affronterà, quindi, due tipi di concorrenti sul mercato in questione: (i) gruppi relativamente importanti presenti sui principali segmenti del mercato rilevante, cioè diversi tipi di supporti per cavi in acciaio, e (ii) gruppi più specializzati presenti unicamente sul segmento dei supporti per cavi in plastica e in plastica rinforzata con fibre di vetro (come Marshall Tufflex) o su certi segmenti dei supporti per cavi in acciaio.

632. Tale situazione permetterà a Schneider/Legrand di resistere a eventuali tentativi di questi concorrenti di rafforzare le proprie posizioni a suo scapito, poiché potrà far leva sulle sue posizioni sui segmenti di mercato in cui non sono presenti, dove l'entità risultante dalla fusione potrà praticare prezzi più elevati, per neutralizzare la loro offensiva sugli altri segmenti di mercato abbassando i prezzi. Al contrario, la sua posizione unica sul mercato, aggiunta agli altri vantaggi di cui gode, permetterà a Schneider/Legrand di attaccare con successo le posizioni di ognuna delle sue due categorie di concorrenti.

C.2.3 L'entità risultante dalla fusione disporrà di una gamma di marchi senza confronti

633. Schneider/Legrand disporrà di cinque marchi commerciali sul mercato britannico dei supporti per cavi. Pertanto, ai marchi Thorsman, Mita e Wibe detenuti dal gruppo

Schneider fin dalla sua acquisizione di Lexel, Legrand aggiungerà i marchi Legrand e Wiremold. Wiremold è un marchio che gode di un elevato grado di notorietà nel Regno Unito sul mercato dei supporti per cavi, poiché è uno dei marchi che genera i maggiori volumi di vendita²¹⁹. Secondo le informazioni in possesso della Commissione, nessun concorrente dispone di una gamma di marchi equivalente in quantità o in qualità.

634. Il nuovo gruppo sarà quindi in grado di portare avanti una politica commerciale multimarchio per rispondere in maniera particolarmente mirata a ognuno dei segmenti della domanda. In particolare, Schneider/Legrand potrà dedicare alcuni dei suoi marchi a certi tipi di prodotti particolari, quali per esempio i supporti per cavi in plastica rinforzata con fibre di vetro, e utilizzare gli altri marchi per i prodotti più venduti, per esempio le passerelle a traversine in acciaio.
635. L'ampiezza della sua gamma di prodotti, aggiunta all'assortimento di marchi, farà beneficiare a Schneider/Legrand di una doppia posizione di generalista e di specialista che nessun altro concorrente sarà in grado, perlomeno a breve termine, di imitare. Ciò le permetterà di fare concorrenza diretta ai suoi concorrenti nel punto centrale del loro mercato, utilizzando gli altri suoi marchi, con prezzi più elevati, sugli altri segmenti di mercato dove subirà meno la loro concorrenza.

C.2.4 L'entità risultante dalla fusione beneficerà di un accesso privilegiato alla distribuzione

636. Le parti spiegano che i produttori di supporti per cavi realizzano in media tra il 75% e il 95% dei loro fatturati per i supporti per cavi con i grossisti di materiali elettrici²²⁰.
637. Schneider/Legrand beneficerà della sua forza sugli altri mercati di prodotti di distribuzione elettrica nel Regno Unito e, di conseguenza, dell'importanza delle vendite dei grossisti. Pertanto il nuovo gruppo rappresenterà dal 10% al 20% delle vendite di uno dei principali grossisti nel Regno Unito. A titolo di confronto, il secondo fornitore di questo grossista rappresenta meno del [0-10]*% delle sue vendite.
638. Considerata l'importanza di Schneider/Legrand sotto il profilo delle vendite e gli effetti dei meccanismi di promozioni e sconti concessi dai produttori, i grossisti saranno perlomeno fortemente incentivati a mantenere il fatturato realizzato con l'insieme dei prodotti dell'entità risultante dalla fusione.
639. Inoltre, Schneider/Legrand dovrebbe altresì beneficiare della tendenza dei grossisti a ridurre il numero dei loro fornitori per ciascuna categoria di materiali elettrici a bassa tensione. Tale tendenza dovrebbe essere, a rigor di logica, particolarmente spiccata per questo tipo di prodotti, caratterizzati dal modesto valore unitario e ingombro. In quanto leader sul mercato con una quota di mercato, considerando indistintamente tutti i segmenti, nettamente superiore alla quota di tutti i suoi concorrenti, l'entità risultante dalla fusione diverrà un fornitore privilegiato dei grossisti che rappresentano la parte più rilevante delle vendite dei produttori.

²¹⁹ Risposta delle parti del 19 luglio 2001 a una domanda della Commissione del 12 luglio 2001.

²²⁰ Pag. 90 del modulo CO.

C.2.5 L'entità risultante dalla fusione sarà il solo operatore sul mercato che disporrà di un'offerta di supporti per cavi e di un'offerta di canalizzazioni elettriche prefabbricate

640. Schneider/Legrand sarà il solo operatore sul mercato britannico a proporre contemporaneamente supporti per cavi e canalizzazioni elettriche prefabbricate. Infatti, i suoi concorrenti sono presenti solo su uno di questi due mercati di prodotti. Sebbene vi sia una sostituibilità modesta sul versante della domanda tra supporti per cavi e canalizzazioni elettriche prefabbricate, il nuovo gruppo trarrà vantaggio da questa posizione unica. Pertanto sarà in grado di entrare in concorrenza con gli altri operatori sul mercato dei supporti per cavi sia all'interno del mercato, con la sua offerta di supporti per cavi, sia all'esterno con la sua offerta di canalizzazioni elettriche prefabbricate per le applicazioni di trasporto e di distribuzione di energia elettrica per cui è possibile una certa sostituibilità fra le due categorie di prodotti.

C.2.6 Conclusione: l'entità derivante dalla fusione potrà avviare un aumento redditizio dei prezzi dei suoi prodotti

641. Schneider/Legrand beneficerà di diversi vantaggi sostanziali sui suoi concorrenti sul mercato britannico dei supporti per cavi. Oltre a una quota di mercato nettamente superiore rispetto alle quote dei suoi concorrenti, la nuova entità disporrà di posizioni particolarmente forti su diversi segmenti del mercato, di una gamma di marchi senza eguali, di un accesso privilegiato ai grossisti e di un'offerta che combina supporti per cavi e canalizzazioni elettriche prefabbricate. Potrà dunque avviare un aumento dei prezzi dei prodotti in questione senza che tale azione si traduca in perdita di quote di mercato che renderebbe non redditizio questo aumento. In particolare, Schneider/Legrand potrà aumentare i prezzi dei prodotti venduti sotto alcuni dei suoi marchi di modo che la domanda che si muoverebbe verso altri marchi registri tale tendenza, almeno in parte, nei confronti degli altri suoi marchi i cui prezzi sono rimasti stabili. Per i motivi esposti sopra, né i concorrenti né i grossisti sarebbero in grado di contrastare questo aumento dei prezzi avviato dal nuovo gruppo. Di conseguenza, la Commissione ritiene che l'operazione notificata crei una posizione dominante per Schneider/Legrand sul mercato della vendita dei supporti per cavi nel Regno Unito.

C.3. Analisi dell'impatto della concentrazione sui mercati delle apparecchiature elettriche situate a valle del quadro terminale di distribuzione

C.3.1 Introduzione

642. L'operazione notificata, attraverso il ravvicinamento di due dei tre principali concorrenti a livello europeo, rafforzerà o creerà una posizione dominante su diversi mercati di prodotti e mercati nazionali di apparecchiature elettriche a valle del quadro terminale.

643. Le apparecchiature elettriche in questione abbracciano una grande varietà di prodotti con funzioni, contenuto tecnologico e prezzi molto diversi. Questi prodotti presentano tuttavia una caratteristica comune, ossia l'installazione in una rete elettrica a valle del quadro terminale di distribuzione. In ragione di detta caratteristica, queste apparecchiature sono anche denominate "apparecchiature ultraterminali", il che significa che sono attraversate da correnti di debole intensità, solitamente inferiore a 40A oppure non sono assolutamente a contatto con la corrente elettrica. Questi prodotti non ricorrono pertanto alle stesse tecnologie degli altri materiali elettrici a bassa tensione descritti in precedenza. Inoltre, alcuni di questi prodotti, contrariamente agli altri materiali elettrici,

sono installati nelle parti abitate dei locali residenziali e terziari, dove sono visibili. Questa duplice caratteristica implica che la modalità di funzionamento dei mercati di prodotti situati a valle del quadro terminale è, in parte, diversa da quella dei mercati dei prodotti valutati in precedenza.

Il ruolo e i rapporti fra i diversi operatori sui mercati delle apparecchiature elettriche situate a valle del quadro terminale di distribuzione

I produttori

644. Sui mercati delle apparecchiature elettriche situate a valle del quadro terminale di distribuzione, i principali produttori a livello europeo sono attualmente Legrand, ABB e Schneider. Solo questi tre produttori sono rappresentati su tutti o sulla maggior parte dei mercati di prodotti rilevanti e dei mercati nazionali.
645. Tra gli altri produttori, soltanto Siemens e Hager sono presenti in più mercati di prodotti e mercati nazionali nel SEE. Tutti gli altri concorrenti sono operatori locali che hanno una forte presenza in un solo Stato (per esempio Niko in Belgio per le prese e gli interruttori) o imprese specializzate in uno o più gruppi di prodotti (per esempio Cooper per i sistemi di illuminazione di sicurezza).
646. La tabella riportata di seguito mostra la presenza dei principali produttori sui diversi segmenti definiti dalle parti (cioè segmenti talvolta più ampi rispetto ai mercati di prodotti definiti ai fini della presente decisione) e nei vari Stati membri (** = quota di mercato superiore al 50%; * = quota di mercato del 20-50%; * = quota di mercato del 5-20%):

Tabella 35

	Legrand	ABB	Schneider	Siemens	Hager
Prese e interruttori	*** 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
Sistemi di controllo			* DK	* D, FIN	
Sistemi di sicurezza	** F * E, I, P		* FIN, S, N	** D, FIN * S	
Elementi per reti di comunicazione	* F, I		** DK, N * FIN, NL, S		
Materiale di fissaggio e derivazione	*** F * E, IRL, NL, P	** FIN	*** DK, N ** F, FIN, S * I	* D	
Materiale per pose di cavi	*** P ** A, B, E, F		*** S, N ** FIN, GB	* D	*** DK ** D

in ambiente	* GR, IRL		* DK, NL		* B, F, FIN, NL, P, S, N
-------------	-----------	--	----------	--	--------------------------

647. I produttori di articoli situati a valle dei quadri terminali di distribuzione basano la loro forza sulla notorietà dei loro marchi e sulla fiducia che gli installatori e gli utenti finali accordano a questi ultimi. Cercano di ottenere un accesso privilegiato ai grossisti soprattutto attraverso la concessione di sconti e promozioni importanti, ma anche tramite azioni di promozione dei loro prodotti realizzate nei punti vendita dei grossisti stessi. Infine, i produttori intrattengono rapporti diretti con gli installatori, il che costituisce un imperativo per stimolare la domanda che è loro rivolta. A tal fine, i fabbricanti offrono agli installatori cicli di formazione, distribuiscono software per la progettazione assistita di impianti elettrici e per la scelta di materiali specifici per i loro prodotti, portano avanti azioni di promozione sul terreno e offrono servizi di assistenza tecnica. L'insieme delle spese commerciali e di marketing di Legrand rappresenta circa il [0-10]*% del suo fatturato in Francia, ovvero un importo di quasi [100-800]* milioni di franchi francesi²²¹.

I grossisti

648. I grossisti svolgono un ruolo particolarmente importante sui mercati di prodotti situati a valle del quadro terminale di distribuzione nella misura in cui la maggior parte di questi prodotti è venduta per il loro tramite. L'indagine della Commissione ha rivelato che le parti e i loro concorrenti vendono di norma il 90% o una percentuale ancora maggiore dei loro prodotti ultraterminali ai grossisti. Le poche eccezioni a questa regola riguardano soltanto categorie di prodotti specifici (per esempio le prese telefoniche o i sistemi di controllo) e/o certi paesi. I grossisti dipendono dalla domanda creata dai produttori e dai marchi noti agli installatori e agli utenti finali. Sono dunque costretti a tenere scorte dei prodotti più richiesti che sono in pratica quelli commercializzati sotto marchi che godono di una forte notorietà.

649. Inoltre, per ragioni di razionalizzazione, i grossisti riducono il numero dei loro fornitori. L'indagine della Commissione ha rivelato che, in linea generale, i grossisti cercano di ridurre a tre o quattro il numero dei loro fornitori per ogni categoria di prodotto. La concentrazione degli acquisti dei grossisti su un numero ridotto di fornitori è anche il risultato di numerose promozioni e altri sconti che sono loro concessi da parte dei grandi produttori e che possono rappresentare oltre il [30-60]*% del prezzo di vendita dei prodotti. Questo li induce a vendere soprattutto i prodotti dei fabbricanti e dei marchi già ben affermati e che detengono una quota di mercato sostanziale. Per contro, i grossisti hanno pochi incentivi a investire in misura rilevante per sostenere un marchio minore o per aiutare un nuovo operatore a svilupparsi o a rafforzare la propria posizione sul mercato. Questa constatazione, che vale per tutti i materiali elettrici a bassa tensione, assume una particolare importanza per quanto riguarda i prodotti situati a valle del quadro terminale di distribuzione. Infatti, per questi articoli vi sono numerosi piccoli produttori indipendenti, specializzati nella produzione di un solo tipo di materiali e presenti in pochi Stati membri. Questi piccoli fabbricanti sono i più minacciati dal processo di razionalizzazione e di concentrazione degli acquisti dei grossisti.

²²¹ Piano a Medio Termine 2001-2005 Legrand SNC Francia. Documento fornito in allegato alla risposta di Legrand alla domanda 315 del questionario del 6 aprile 2001.

650. Infine, l'indagine della Commissione ha indicato, senza lasciare spazio a dubbi, che i rapporti commerciali fra i grossisti e i produttori di materiali situati a valle del quadro terminale di distribuzione si organizzano su una base nazionale, se non locale. Ciò vale per tutti gli aspetti commerciali, in particolare la scelta dei fornitori, la definizione delle gamme acquistate e vendute, la fissazione dei prezzi e degli sconti, la realizzazione di azioni di promozione specifiche. Infine, i grossisti sono relativamente poco sensibili ai prezzi dei prodotti che acquistano e invece più sensibili alle promozioni e agli sconti commerciali concessi loro dai produttori che generano gran parte del loro margine di profitto.

Gli installatori

651. Gli installatori sono responsabili dell'installazione dei materiali elettrici a bassa tensione presso il cliente finale. Come già spiegato sopra, hanno in generale un atteggiamento conservatore e restano molto legati ai marchi che conoscono e in cui ripongono fiducia. Per quanto riguarda i prodotti situati a valle del quadro terminale di distribuzione, spesso sono gli installatori a scegliere il marchio. In effetti i responsabili dei lavori (architetti, studi di progettazione eccetera) intervengono molto raramente in questa decisione, tranne per quanto riguarda i sistemi di controllo e di sicurezza e gli elementi per reti di comunicazione che nella maggior parte di casi sono installati soltanto negli edifici terziari. Il potere decisionale degli installatori sulla scelta del marchio è tuttavia limitato dagli eventuali desideri dei loro clienti, motivati soprattutto dall'estetica dei prodotti. Ciò riguarda principalmente prese e interruttori e raramente gli altri prodotti.

652. I criteri decisivi nella scelta di un marchio da parte di un installatore sono la sicurezza, garantita, secondo lui, da un marchio ben noto in cui ha fiducia, la facilità di installazione dell'impianto e la disponibilità di prodotti presso il punto vendita del suo grossista locale. Per contro, il prezzo assume un ruolo più marginale, poiché gli eventuali risparmi realizzati grazie all'acquisto di prodotti meno cari sono in genere, secondo lui, meno rilevanti del tempo necessario ad abituarsi all'installazione di un prodotto nuovo e non adeguatamente conosciuto. Inoltre, poiché l'installatore non è il consumatore finale, fa gravare sui suoi clienti il costo dei prodotti che installa.

I clienti finali

653. Il cliente finale è soprattutto interessato al risultato dell'insieme, ovvero all'impianto elettrico terminale completo. Il solo prezzo che conosce è il prezzo d'installazione globale, di cui la percentuale maggiore è costituita dalla retribuzione del lavoro di installazione. In pratica, il cliente finale non conosce nel dettaglio il prezzo di ogni prodotto installato e di norma non se ne interessa. Tuttavia, sarà in linea generale più interessato alla scelta dei materiali situati a valle del quadro terminale che dei materiali a monte. Infatti, i prodotti situati a valle del quadro terminale, in particolare prese e interruttori, sono visibili negli edifici residenziali o terziari e possono allora assumere peso i suoi criteri personali in fatto di estetica.

L'entità risultante dalla fusione Schneider/Legrand sarà un operatore imprescindibile sulla maggior parte dei mercati di apparecchiature elettriche situate a valle del quadro terminale di distribuzione in Europa

L'entità risultante dalla fusione beneficerà di una gamma di prodotti e di una copertura geografica notevolmente superiori a quelle di tutti i suoi concorrenti

654. L'entità risultante dalla fusione disporrà di una gamma completa di prodotti che coprono tutti i mercati di apparecchiature elettriche situate a valle del quadro terminale. Inoltre, disporrà di una copertura completa dell'insieme del SEE. La valutazione del ruolo che svolgerà Schneider/Legrand su scala europea, lungi dall'inficiare la definizione geografica dei mercati rilevanti come aventi dimensione nazionale, fa parte integrante dell'analisi degli effetti dell'operazione di concentrazione su ciascuno dei mercati di prodotti e nazionali interessati.
655. Per quanto riguarda le gamme di prodotti, è opportuno sottolineare che Schneider e Legrand sono già due dei principali gruppi generalisti sui mercati di prodotti e geografici rilevanti. La loro offerta non si limita soltanto a prese e interruttori, ma comprende anche per ognuno dei due gruppi materiali di fissaggio e di derivazione e attrezzature per pose di cavi in ambiente che sono direttamente associati a questi prodotti, nonché sistemi di controllo e di sicurezza ed elementi di connessione per reti di comunicazione. L'offerta di ognuna delle parti, anche se già ampia, può essere nondimeno paragonata a quella degli altri gruppi generalisti quali ABB e Siemens e, in misura minore, Hager e GE.
656. L'aggiunta del catalogo dei prodotti di Legrand a quello di Schneider porterà alla creazione di una gamma di prodotti di ampiezza ineguagliata. Per esempio, Legrand apporterà al nuovo gruppo la sua gamma di blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza nonché la serie di sistemi di controllo di accesso ("citofoni"). Schneider, da parte sua, completerà l'offerta di Legrand con la sua gamma di sistemi di controllo del riscaldamento e dell'illuminazione. Infine, la somma dell'offerta dei due gruppi di prese informatiche e componenti di sistemi di comunicazione porterà alla creazione di una gamma completa di prodotti "VDI" (voce-dati-immagini).
657. L'entità Schneider/Legrand deterrà una gamma di prodotti più ampia di quella degli altri gruppi generalisti. ABB è assente, o presente in misura molto marginale, sul mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione e sul mercato dei sistemi di sicurezza e protezione²²². Siemens è assente dai mercati dei prodotti "VDI" e delle pose di cavi in ambiente²²³. GE non è presente sui mercati dei sistemi di sicurezza e dei prodotti "VDI"²²⁴. Hager è assente dai mercati dei sistemi di sicurezza, dei prodotti "VDI" e dei materiali di fissaggio e di derivazione²²⁵.
658. Per quanto riguarda la copertura geografica, l'entità Schneider/Legrand beneficerà altresì di una copertura del territorio europeo senza eguali.

²²² Risposta di ABB del 7 marzo 2001.

²²³ Risposta di Siemens del 28 febbraio 2001.

²²⁴ Risposta di GE del 26 febbraio 2001.

²²⁵ Risposta di Hager del 6 marzo 2001.

659. Legrand è un gruppo particolarmente presente negli Stati del sud del SEE. Detiene segnatamente quote di mercato molto rilevanti sul mercato di prese e interruttori in Francia ([80-90]*%), in Italia ([60-70]*%), in Portogallo ([50-60]*%) e in Grecia ([40-50]*%). Per contro, Schneider è, dal canto suo, particolarmente affermata negli Stati del nord del SEE, soprattutto nei paesi nordici, da quando ha acquisito Lixel. Detiene in particolare quote di mercato molto rilevanti sul mercato di prese e interruttori in Danimarca ([70-80]*%), in Finlandia ([30-40]*%), in Svezia ([40-50]*%) e in Norvegia ([50-60]*%). L'operazione proposta porterà dunque al sommarsi delle importanti quote di mercato detenute da Schneider nell'Europa del nord a quella detenuta da Legrand nell'Europa del sud.
660. Inoltre, l'operazione di concentrazione avrà come effetto quello di rafforzare significativamente le posizioni di ognuna delle parti su numerosi mercati nazionali su cui Schneider e Legrand non erano finora presenti in maniera preponderante. In Spagna l'operazione porterà sul mercato delle prese e degli interruttori al sommarsi del [10-20]*% di quote di mercato detenute da Schneider nel 2000, al [10-20]*% di quote detenute da Legrand. L'entità risultante dalla fusione sarà dunque notevolmente rafforzata e anche in grado di affrontare in modo più adeguato la concorrenza del leader, Simon, che detiene una quota di mercato del [40-50]*%.
661. I soli Stati in cui l'entità risultante dalla fusione non avrà elevate quote di mercato su nessuno dei mercati di apparecchiature situate a valle del quadro terminale di distribuzione saranno la Germania e, in misura minore, l'Irlanda e i Paesi Bassi.
662. Infine, l'operazione porterà alla creazione di un gruppo particolarmente potente sull'insieme dei mercati francesi di apparecchiature terminali. In particolare, l'entità risultante dalla fusione deterrà un quasi monopolio sul mercato di prese e interruttori, [80-90]*% sul mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione, [50-60]*% sul mercato dell'illuminazione di emergenza e [90-100]*% sul mercato delle apparecchiature stagne.
663. L'entità risultante dalla fusione beneficerà quindi di una copertura geografica completa del SEE e di una gamma di prodotti che supererà molto ampiamente le gamme dei suoi concorrenti diretti che vantano una presenza europea, ovvero ABB, Siemens, GE e Hager. In particolare, Schneider/Legrand disporrà di diverse posizioni di forza su numerosi mercati nazionali nonché sul mercato di prese e interruttori. Queste posizioni di forza saranno uno strumento a disposizione del nuovo gruppo per rafforzare le sue posizioni su altri mercati di prodotti o altri mercati nazionali. Inoltre, la sua presenza significativa sulla maggior parte dei mercati geografici e dei mercati di prodotti potrà altresì essere utilizzata per neutralizzare qualsiasi tentativo da parte dei suoi concorrenti di rafforzare le loro posizioni sui mercati in cui si troverà in posizione dominante.
664. Nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni²²⁶, le parti mettono in discussione questa analisi basandosi su un calcolo delle posizioni dei principali concorrenti su un mercato ipotetico di tutte le apparecchiature situate a valle del quadro terminale a livello del SEE. Su un "mercato" così definito, l'entità risultante dalla fusione deterrebbe una quota del [10-20]*%, contro il [10-20]*% di Siemens. Dalla tabella fornita dalle parti a questo proposito, nonché dalla tabella 35 riportata sopra, emerge ciononostante che la posizione di Siemens su questo ipotetico mercato è determinata per lo più dalla sua presenza relativamente forte soltanto in due segmenti: i sistemi di controllo e i sistemi di

²²⁶ Punto 569.

sicurezza. Inoltre, l'attività di Siemens in questi segmenti è concentrata essenzialmente in un solo Stato membro, la Germania.

665. Le parti hanno anche sostenuto²²⁷ che alcuni specialisti, quali Lucent, Pouyet, 3M, AMP, Quante, Alcatel e BICC, deterrebbero per certi prodotti gamme più estese di quelle di generalisti. Dai nomi delle imprese citate dalle parti a sostegno della loro argomentazione emerge che questa situazione sembra essere limitata ai soli componenti per reti di comunicazione. Ad ogni modo, anche se la gamma di prodotti di questi specialisti dovesse essere di estensione maggiore rispetto a quella delle parti e degli altri generalisti, si tratta solo di gamme di prodotti modeste, ovvero limitate a un numero ridotto di prodotti. Una simile situazione non è tale da mettere in discussione il fatto che l'entità risultante dalla fusione disporrebbe di una gamma di prodotti ultraterminali di ampiezza superiore a quelle di tutti i suoi concorrenti, siano essi specialisti o generalisti.

666. Schneider/Legrand disporrà pertanto di un assortimento di prodotti e di una copertura geografica notevolmente più importanti rispetto a tutti i suoi concorrenti.

L'entità risultante dalla fusione disporrà di una gamma di marchi senza eguali rispetto ai suoi concorrenti

667. Come indica la tabella riportata di seguito, l'entità Schneider/Legrand disporrà, sul mercato delle apparecchiature a valle del quadro terminale, di un assortimento di marchi senza eguali, sia per numero sia per notorietà.

Tabella 36

Produttori	Marchi	Categorie di prodotti ultraterminali per i quali è utilizzato il marchio	Paese in cui i marchi sono utilizzati
Schneider	Alombard	Prese e interruttori, materiali di fissaggio e di derivazione	Francia
	Dalcotech	Sistemi di sicurezza	Danimarca
	Eljo	Prese e interruttori, materiali di fissaggio e di derivazione	Svezia
	Elko	Prese e interruttori, sistemi di controllo, materiali di fissaggio e di derivazione, prodotti VD	Svezia, Finlandia, Grecia

²²⁷ Risposta alla comunicazione delle obiezioni, punto 573.

Produttori	Marchi	Categorie di prodotti ultraterminali per i quali è utilizzato il marchio	Paese in cui i marchi sono utilizzati
Schneider	Elso	Prese e interruttori, sistemi di controllo, materiali di fissaggio e di derivazione	Germania, Grecia
	Esmi	Sistemi di sicurezza	Finlandia, Svezia, Danimarca, Germania
	Eunea - Merlin Gérin	Prese e interruttori, materiali di fissaggio e di derivazione	Spagna, Portogallo
	Jojo	Sistemi di controllo	Danimarca, Regno Unito, Francia, Svezia, Finlandia
	Lexel	Sistemi di controllo, prodotti "VDI"	Svezia, Danimarca, Finlandia
	LK	Prese e interruttori, sistemi di controllo, prodotti "VDI", materiali di fissaggio e di derivazione	Danimarca
	Merlin Gérin	Sistemi di controllo, sistemi di sicurezza	Francia
	Mita	Pose di cavi in ambiente	Regno Unito, Belgio, Irlanda
	Multisignal	Sistemi di sicurezza	Svezia
	Sarel	Prese e interruttori, materiali di fissaggio e di derivazione	Francia, Italia, Austria, Belgio
	Schyller	Prese e interruttori	Italia
	Strömfors	Prese e interruttori, materiali di fissaggio e di derivazione	Danimarca, Svezia, Finlandia, Germania
	Telesafe	Componenti di reti di comunicazione	Svezia, Germania, Paesi Bassi
	Thorsman	Materiali di fissaggio e di derivazione, pose di cavi in ambiente	Danimarca, Finlandia, Svezia, Regno Unito, Belgio, Irlanda, Paesi Bassi, Germania
Legrand	Legrand	Prese e interruttori, sistemi di controllo, sistemi di sicurezza, prodotti "VDI", materiali di fissaggio e di derivazione, pose di cavi in ambiente	Francia, Italia, Spagna, Portogallo, Grecia, Regno Unito, Svezia, Belgio, Paesi Bassi, Austria, Germania, Lussemburgo, Danimarca, Finlandia, Norvegia

Arnould	Prese e interruttori	Francia
BTicino	Prese e interruttori, sistemi di controllo, prodotti "VDI", materiali di fissaggio e di derivazione	Italia, Spagna, Portogallo, Germania, Belgio, Austria, Francia, Paesi Bassi
Quintela	Pose di cavi in ambiente	Spagna, Portogallo, Germania, Belgio
Tegui	Sistemi di sicurezza	Spagna, Portogallo
Tenby	Prese e interruttori, prodotti "VDI", materiali di fissaggio e di derivazione	Gran Bretagna, Irlanda
Ortronics	Prodotti "VDI"	Francia, Italia, Regno Unito

Produttori	Marchi	Categorie di prodotti ultraterminali per i quali è utilizzata il marchio	Paese in cui i marchi sono utilizzati
Legrand	Planet-Watthom	Pose di cavi in ambiente	Francia, Paesi Bassi, Austria, Danimarca, Svezia, Finlandia, Germania
	Ura/Lumatic	Sistemi di sicurezza	Francia, Spagna, Belgio, Svezia
ABB	ABB	Prese e interruttori, sistemi di controllo, prodotti "VDI"	Germania, Austria, Paesi Bassi, Belgio, Lussemburgo, Francia, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Regno Unito, Irlanda, Svezia, Norvegia, Danimarca, Finlandia, Grecia
	Busch-Jäger / BJE	Prese e interruttori, sistemi di controllo	Germania, Austria, Paesi Bassi, Grecia
	Niessen	Prese e interruttori	Spagna
	Vimar	Prese e interruttori, sistemi di sicurezza e di controllo, sistemi di sicurezza, prodotti "VDI", materiali di fissaggio e di derivazione	Italia
GE	GE	Sistemi di controllo	Germania, Paesi Bassi, Belgio, Francia, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Regno Unito
	AEG	Prese e interruttori	Germania, Norvegia, Danimarca, Svezia, Italia
	Lemag	Prese e interruttori	Spagna, Portogallo
	Graesslin	Prese e interruttori	Germania
Siemens	Siemens/Cerberus	Sistemi di controllo e di sicurezza	Germania, Austria, Belgio, Lussemburgo, Francia, Italia, Spagna, Paesi Bassi, Regno Unito, Irlanda, Svezia, Norvegia, Danimarca, Finlandia, Grecia, Portogallo, Lussemburgo, Norvegia

Fonte: parti e terzi

668. Ognuna delle parti dispone già di un assortimento estremamente ampio di marchi con una posizione particolarmente consolidata su diversi mercati nazionali. L'operazione

proposta porterà a riunire in uno stesso gruppo marchi di Schneider, particolarmente affermati nel nord del SEE (in particolare Elso, Elko, Thorsmann), e dei marchi di Legrand, con una posizione consolidata soprattutto nel sud del SEE (in particolare BTicino, Legrand). Inoltre, Schneider/LeGrand disporrà del marchio Legrand che è, con il marchio ABB, il solo vero marchio di dimensioni europee che copra un'ampia gamma di apparecchiature a valle del quadro terminale.

669. Nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni²²⁸, le parti ribadiscono che in ogni Stato membro il numero dei principali marchi concorrenti sarà superiore al numero di marchi di cui disporrà la nuova entità. A questo proposito, basti osservare che le parti paragonano il numero di marchi dell'entità risultante dalla fusione con l'*insieme* dei marchi detenuti da tutti i loro concorrenti in ogni paese, compresi i marchi di specialisti che producono soltanto gamme molto limitate di prodotti e non l'insieme di marchi detenuti da ognuno dei loro concorrenti.

670. Il numero e la qualità dei marchi di Schneider/LeGrand conferirà un vantaggio concorrenziale sostanziale al nuovo gruppo considerato il ruolo e l'importanza assunti nel funzionamento dei mercati di prodotti rilevanti. Il marchio costituisce un elemento determinante nella scelta delle apparecchiature a valle del quadro terminale, in particolare per i piccoli installatori che rappresentano la categoria più importante di acquirenti di questi prodotti. Infatti, i piccoli installatori hanno l'abitudine di lavorare con un numero limitato di marchi diversi, al fine di vantare una conoscenza approfondita delle caratteristiche tecniche dei prodotti. Ciò permette loro di controllare alla perfezione il loro processo di installazione e quindi di risparmiare tempo. Questo fenomeno è d'altronde incoraggiato dai produttori stessi attraverso azioni di formazione rivolte a piccoli installatori e attraverso la diffusione di software per la progettazione assistita di impianti elettrici. Numerosi produttori e grossisti di dimensione europea hanno confermato che, nella maggior parte dei mercati nazionali, i marchi assumevano, nei confronti di questa categoria di clienti, un ruolo più importante del prezzo stesso²²⁹.

671. Inoltre, riunire all'interno di uno stesso gruppo vari marchi che godono di forte notorietà e che sono utilizzati per la commercializzazione delle stesse categorie di prodotti offrirà a Schneider/LeGrand la possibilità di condurre politiche commerciali differenziate e complementari a seconda della categoria di prodotto. Siffatte politiche permetteranno al nuovo gruppo di rispondere in modo particolarmente adeguato alla domanda e alla concorrenza su ognuno dei segmenti del mercato. In particolare, sarà possibile per Schneider/LeGrand collocare specificamente un marchio nella parte alta, media e bassa della gamma. La quasi totalità degli altri operatori sul mercato delle apparecchiature a valle del quadro finale dispone di un solo marchio per categoria di prodotti e/o per mercato nazionale. Sarà impossibile per loro, per lo meno a breve e medio termine, neutralizzare Schneider/LeGrand sviluppando un'equivalente politica commerciale multimarchio. Schneider/LeGrand sarà quindi in grado di entrare in concorrenza diretta con i suoi prodotti sul segmento del mercato che rappresenta il punto centrale del mercato utilizzando un marchio specifico, collocando inoltre altri marchi sugli altri segmenti del mercato.

672. Legrand ha già attuato una politica commerciale del tipo descritto al punto precedente negli Stati in cui questa impresa possiede diversi marchi e ne raccoglie fin d'ora i frutti.

²²⁸ Punto 577.

²²⁹ Cfr. in particolare la risposta di Rexel del 25 giugno 2001.

In un documento interno di Legrand sull'Italia²³⁰, si spiega che l'utilizzo "sinergico" dei marchi Legrand e BTicino è uno dei punti di forza del gruppo Legrand in questo paese. Il marchio BTicino è posizionato nella parte alta della gamma, mentre i prodotti commercializzati con il marchio Legrand si collocano a un livello di prezzi più bassi. L'interesse di una politica improntata alla pluralità di marchi emerge in particolare da un documento interno di Legrand relativo al Portogallo²³¹, Stato in cui Legrand dispone di tre marchi (Legrand, BTicino e Quintela). Questo documento descrive nei dettagli "la situazione, il ruolo e le ambizioni assegnati a ognuno (dei marchi del gruppo)". Per esempio, si indica che [...]*

673. Lo sviluppo di una politica improntata alla pluralità di marchi coerente ogni volta che si rivela possibile sembra d'altronde essere una delle priorità del gruppo Legrand. In un documento interno di Legrand relativo alla Francia²³² si indica che "rafforzare una posizione alternativa all'offerta di apparecchiature Legrand" rappresenta l'obiettivo strategico prioritario per l'impresa e il marchio Arnould (del gruppo Legrand) sul mercato delle "apparecchiature" (prese e interruttori) in questo paese.
674. L'esistenza di una politica multimarchi coerente condotta da Legrand e il suo interesse sono altresì rilevati da Schneider. In un documento interno di quest'impresa relativo alla Spagna²³³, si indica che i marchi Legrand e BTicino sarebbero in questo paese "complementari" e "differenziati". In particolare, si spiega che il marchio BTicino è collocato sul segmento "alto livello", mentre il marchio Legrand è più specificamente destinato al mercato dei "grandi cantieri".
675. Emerge da quanto precede che i vantaggi concorrenziali che derivano dalla gamma di marchi detenuti da Schneider/LeGrand sono di gran lunga più importanti rispetto ai costi aggiuntivi, citati dalle parti nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni²³⁴, determinati dalla necessità di mantenere una diversità corrispondente di articoli, cataloghi o imballaggi. A questo proposito, è significativo constatare che sia Schneider sia Legrand hanno mantenuto i marchi delle imprese attive sui mercati delle apparecchiature ultraterminali che hanno acquisito nel corso degli ultimi anni, come emerge dalla tabella 36 riportata sopra.

L'entità risultante dalla fusione beneficerà di un accesso privilegiato alla distribuzione

676. Come esposto sopra, in considerazione dell'ampiezza della sua gamma di prodotti nonché della notorietà dei suoi marchi, Schneider/LeGrand rappresenterà una quota importante del fatturato dei grossisti e, di conseguenza, una quota importante dell'ammontare dei loro acquisti nella maggior parte degli Stati membri del SEE (cfr. anche la tabella 31 *supra*). Il nuovo gruppo sarà dunque un partner imprescindibile per i grossisti. Sarà infatti possibile per un grossista ottenere una serie completa di apparecchiature a valle del quadro terminale rifornendosi esclusivamente presso Schneider/LeGrand. Un grossista che dovesse scegliere di farlo sarebbe persino in grado

²³⁰ Piano a Medio Termine Italia BTicino, pag. segnalata Allegato 4.

²³¹ Piano a Medio Termine Legrand Portogallo, pag. segnalata PMT 8.

²³² Alla pagina segnalata (PMT 7).

²³³ Piano strategico triennale Eunea del 1996, pag. 3.

²³⁴ Punto 580.

di offrire alla sua clientela diversi marchi, con fasce di prezzo diverse, per numerose categorie di questi prodotti.

677. Le relazioni commerciali fra i produttori in questione e i grossisti sono state descritte sopra²³⁵ nel quadro dell'analisi dell'impatto sulla concorrenza dell'operazione notificata per i mercati dei componenti dei quadri elettrici di distribuzione. Gli stessi meccanismi di incentivo dei grossisti, analoghi a quelli descritti in precedenza, esistono anche per i prodotti in questione.
678. I grossisti saranno fortemente incentivati a garantire che il livello dei loro acquisti nei confronti di Schneider/Legrand resti almeno costante. Inoltre, questi meccanismi complessi di promozioni e sconti abbinati al peso importante del nuovo gruppo per gli acquisti dei grossisti conferiranno a Schneider/Legrand uno strumento di pressione importante nei confronti di questi stessi grossisti. Schneider/Legrand sarà infatti in grado di costringere i grossisti a distribuire i suoi nuovi prodotti oppure gamme di prodotti non distribuiti fino a quel momento. Una siffatta situazione esiste già in parte nei paesi in cui uno dei due gruppi è già potente. Così, [...]»²³⁶.

L'operazione di concentrazione Schneider/Legrand elimina un fattore importante delle condizioni di concorrenza su vari mercati

679. Finora la rivalità tra Schneider e Legrand era stata un fattore importante delle condizioni di concorrenza su diversi mercati di apparecchiature ultraterminali. Questa considerazione vale essenzialmente per i mercati nazionali in cui uno dei due gruppi ha una posizione predominante e l'altro è un rivale effettivo o potenziale.
680. È già stato spiegato che Schneider predomina in numerosi mercati di prodotti ultraterminali dell'Europa del nord, mentre Legrand detiene una posizione identica in numerosi mercati nazionali dell'Europa del sud.
681. Per quanto concerne i mercati di prodotti dei paesi nordici in cui Schneider è leader di mercato, Legrand costituisce un concorrente potenziale il cui ingresso è nella maggior parte dei casi imminente. Legrand è presente geograficamente nella regione (in [...]»), ma su altri mercati di prodotti. Commercializza in [...]», oltre a componenti per quadri elettrici di distribuzione, blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza. Secondo le sue stesse stime, Legrand detiene il [10-20]»% del mercato svedese dei blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza²³⁷. Inoltre, lo stesso documento²³⁸ indica che l'obiettivo prioritario di Legrand è [...]»²³⁹. Risultava, quindi, che Legrand [...]» e che si aspettava una reazione decisa da parte di Schneider. L'operazione proposta elimina questo fattore di concorrenza almeno sul mercato [...]».

²³⁵ Cfr. punti da 495 a 502.

²³⁶ Piano a Medio Termine [...]» BTicino, pag. segnalata PMT2C'4. Documento fornito in risposta alla domanda 315 del questionario del 6 aprile 2001.

²³⁷ Piano a Medio Termine Legrand, 2001-2005 – [...]», pagg. segnate LRP 3 (next). Documento fornito in risposta alla domanda 315 del questionario del 6 aprile 2001.

²³⁸ Pag. segnata LRP 7.

²³⁹ Pag. segnata Allegato 3.

682. Per quanto riguarda i mercati nazionali in cui Legrand detiene una posizione di leader di mercato su uno o più mercati di prodotti ultraterminali, ovvero la Francia, ma in misura minore anche la Spagna, l'Italia, il Portogallo e la Grecia, Schneider è un concorrente diretto e minaccioso.
683. In un documento interno di Legrand relativo alla Francia²⁴⁰, in cui la quota di mercato di questo gruppo sul mercato di prese e interruttori supera l'[80-90]*%, si spiega che il rischio principale che deve affrontare il gruppo è “la creazione di un'alternativa in concorrenza con il marchio Legrand sull'apparecchiatura, da parte di Schneider Electric, sulla base Alombard-Sarel-Infra +”. Alla stessa pagina si indica altresì che [...]*. Le gamme di prodotti offerti da Alombard, Sarel e Infra + coprono un'ampia quota dei mercati di prodotti ultraterminali. Infatti, Alombard e Sarel commercializzano prese, interruttori, materiali di fissaggio e derivazione e pose di cavi in ambiente. Infra + è, da parte sua, un'impresa specializzata nelle prese informatiche. Inoltre, è opportuno rilevare che l'offerta di Schneider in Francia può essere completata a partire dalle gamme di prodotti Lexel. L'operazione proposta ha, quindi, per effetto quello di impedire la creazione di un vero polo in concorrenza con Legrand nel paese in cui quest'impresa dispone di una posizione dominante.
684. Allo stesso modo, in un documento interno di Legrand relativo alla Grecia²⁴¹, in cui Legrand detiene quasi il [40-50]*% del mercato delle prese e degli interruttori, si indica che [...]*.
685. In Italia, Spagna e Portogallo, Schneider è assente o presente solo in misura marginale sui mercati delle apparecchiature a valle dei quadri terminali. Vanta tuttavia una presenza significativa sui mercati dei componenti di quadri elettrici di distribuzione. All'impresa sarebbe pertanto relativamente facile introdurre le sue gamme di prodotti ultraterminali, poiché sono distribuite dagli stessi grossisti dei componenti di quadri elettrici di distribuzione. A questo proposito, [...]***²⁴².

L'entità risultante dalla fusione sarà in grado di imporre ai suoi concorrenti un rinnovo delle gamme di prodotti

686. Il rinnovo a intervalli ravvicinati delle gamme di prodotti situati a valle dei quadri terminali costituisce per i produttori con posizioni più consolidate un mezzo per neutralizzare i produttori di dimensioni più piccole e al contempo uno strumento per conservare o migliorare l'immagine dei loro marchi. In un documento interno di Legrand relativo all'Italia²⁴³, si indica che il tasso di rinnovo della gamma è uno dei punti di forza del gruppo in questo paese. Il rinnovo delle gamme di apparecchiature a valle dei quadri terminali mira, da un lato, ad adattare l'estetica dei prodotti alla domanda dei consumatori e, dall'altro, ad arricchire le funzioni di questi prodotti, in particolare aggiungendovi funzioni elettroniche, quali il rilevamento e il controllo a distanza.

²⁴⁰ Piano a Medio Termine Arnould, pag. segnata Allegato 3.

²⁴¹ Piano a Medio Termine Legrand, pag. segnalata PMT2C'4.

²⁴² Piano a Medio Termine Spagna BTicino, pag. segnata PMT2C'4. Documento fornito in risposta alla domanda 315 del questionario del 6 aprile 2001.

²⁴³ Piano a Medio Termine 2001-2005 Legrand Italia, pag. segnata Allegato 4.

687. Il rinnovo costante delle gamme di prodotti ha per obiettivo ed effetto quello di ridurre il ciclo di vita dei prodotti e di esaurire le risorse dei concorrenti di dimensioni inferiori nella prospettiva di estrometterli dal mercato, qualora necessario. In un documento interno di Schneider relativo all'impresa Alombard²⁴⁴, si indica infatti che il ciclo di vita di prese e interruttori diventa sempre più breve (“shorter life time cycle”) [...]*.

Conclusioni

688. L'operazione di concentrazione Schneider/Legrand cambierà radicalmente la struttura della concorrenza sui mercati di apparecchiature ultraterminali in una parte importante del SEE. Porterà alla nascita di un gruppo che gode di una serie di vantaggi sostanziali rispetto ai suoi concorrenti, in particolare l'ampiezza della sua gamma di prodotti, l'estensione della sua copertura geografica, la disponibilità di un gran numero di marchi e i suoi rapporti con i grossisti. Tenuto conto inoltre della frammentazione della domanda da parte degli installatori, nonché della loro fedeltà ai marchi più noti, il nuovo gruppo sarà in grado di imporre aumenti di prezzo, senza che il loro effetto venga neutralizzato da corrispondenti perdite di mercato. Dall'analisi degli incentivi dei grossisti emerge che questi ultimi tenderebbero ad allinearsi al comportamento di Schneider/Legrand²⁴⁵.

C.3.2 Prese e interruttori

689. Nel mercato di prese e interruttori, le quote di mercato delle parti e dei loro principali concorrenti sono le seguenti²⁴⁶:

Tabella 37

Segmento: 5A1 sistemi di apparecchiature (quote di mercato nel 2000)					
	Schneider	Legrand	Hager	Siemens	ABB
Austria	[0-10]*%	[20-30]*%		[10-20]*%	[20-30]*%
Belgio	[0-10]*%	[20-30]*%			
Germania	[0-10]*%	[0-10]*%		[10-20]*%	[30-40]*%
Danimarca	[70-80]*%				
Spagna	[10-20]*%	[10-20]*%			[10-20]*%
Francia	[0-10]*%	[80-90]*%			
Finlandia	[30-40]*%				[30-40]*%

²⁴⁴ Strategia prodotto/mercato Alombard. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

²⁴⁵ Cfr. punti da 495 a 502.

²⁴⁶ Questi dati forniti dalle parti si riferiscono al “segmento 5.A.1” e includono quindi le prese telefoniche e TV, le apparecchiature stagne e la parte di prese VDI vendute all'interno della gamma di prese e interruttori. Le parti hanno tuttavia indicato che le quote di mercato non variano in maniera significativa, escludendo le prese telefoniche, TV e VDI e le apparecchiature stagne.

Grecia	[0-10]*%	[40-50]*%		[10-20]*%	
Italia	[0-10]*%	[60-70]*%			[20-30]*%
Irlanda		[10-20]*%			[0-10]*%
Lussemburgo					
Paesi Bassi		[0-10]*%			[30-40]*%
Portogallo	[0-10]*%	[50-60]*%			
Regno Unito	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		
Svezia	[40-50]*%				[10-20]*%
CE	[10-20]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
Norvegia	[50-60]*%				[10-20]*%
SEE	[10-20]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%

Fonte: stime fornite dalle parti.

690. Da questi dati emerge che in Francia Legrand detiene già una posizione dominante simile a un quasi monopolio con una quota di mercato del [80-90]*%. Tenuto conto di questa posizione dominante e dell'assenza quasi totale di ABB e Siemens dal mercato francese, Schneider, con una quota di mercato del [0-10]*%, è il solo concorrente che al momento potrebbe rappresentare una minaccia credibile sotto il profilo della concorrenza e limitare pertanto la libertà di azione di Legrand.

691. Infatti, Schneider dispone dei due marchi più noti, Alombard e Sarel. Il marchio Alombard è particolarmente ben posizionato nella parte alta del mercato. Come terzo operatore sul mercato a livello europeo con le sue forti posizioni nell'Europa del nord e al contempo quale operatore importante sugli altri mercati della distribuzione elettrica a bassa tensione in Francia con un accesso privilegiato ai grandi gruppi di grossisti, Schneider ha la capacità di stabilizzare e addirittura rafforzare la sua posizione sul mercato di prese e interruttori in Francia. È quanto indicano d'altronde i documenti interni di Legrand, che fanno riferimento alla minaccia sotto il profilo della concorrenza rappresentata da Schneider²⁴⁷. L'operazione notificata porterebbe quindi all'eliminazione della minaccia in termini di concorrenza costituita da Schneider. Ora, esiste soltanto un altro operatore che possa svilupparsi sul mercato francese delle prese e degli interruttori, poiché dispone della tecnologia franco-belga: la società Niko ([0-10]*% come quota di mercato nel 1999²⁴⁸). Ciononostante, [...]*, il che rende meno agevole esercitare una pressione concorrenziale forte tra questi due marchi. Eliminando la concorrenza di Schneider e conferendo all'entità risultante dalla fusione una quota di mercato del [90-100]*%, l'operazione di concentrazione notificata stabilizzerà e rafforzerà misura rilevante la posizione dominante di Legrand in Francia.

²⁴⁷ Cfr. citazioni riportate sopra, nota a piè di pagina 210.

²⁴⁸ Le quote di mercato di tutti i concorrenti sul mercato di prese e interruttori che non figurano nella tabella 37 sono dati riferiti al 1999, forniti dalle parti nel modulo CO.

692. Nella comunicazione delle obiezioni, la Commissione ha sottolineato che l'operazione notificata creerebbe o rafforzerebbe anche posizioni dominanti in Italia, Portogallo e Grecia.
693. Nella loro risposta, le parti contestano questa valutazione, sostenendo che, nonostante le posizioni forti di Legrand sui tre mercati in questione e in considerazione delle quote di mercato relativamente modeste di Schneider e della presenza di altri concorrenti più importanti, l'operazione di concentrazione non avrebbe effetti restrittivi sulla concorrenza.
694. Il ragionamento delle parti può essere accolto per quanto riguarda i mercati italiano e portoghese. Per la Grecia, tuttavia, la conclusione formulata nella comunicazione delle obiezioni deve essere mantenuta.
695. Innanzitutto, come spiegato sopra, Schneider costituisce il solo concorrente in grado di esercitare una pressione concorrenziale su Legrand sul mercato di prese e interruttori a un livello europeo. La posizione attuale, talvolta debole, di Schneider su alcuni mercati nazionali non riflette perciò necessariamente il suo potenziale concorrenziale. Solo se la posizione di partenza di Schneider è veramente marginale rispetto alla posizione di altri concorrenti, non si rilevano effetti negativi della concentrazione di cui si tratta dell'operazione di concentrazione in questione sulla concorrenza.
696. In Italia, Legrand dispone al momento di una posizione dominante con una quota di mercato del [60-70]*% e due marchi consolidati, BTicino e Legrand. Ciononostante, Schneider detiene per ora una quota di mercato pari solo al [0-10]*%, mentre altri operatori come ABB (attraverso la sua controllata Vimar) con il [20-30]*% e Gewiss con il [10-20]*% hanno posizioni molto più consolidate su questo mercato. Anche tenendo conto dell'eliminazione della potenziale concorrenza derivante da Schneider, la sovrapposizione di quote di mercato non è abbastanza significativa da poter affermare con sufficiente sicurezza che l'operazione notificata cambierà le condizioni di concorrenza sul mercato italiano di prese e interruttori in modo tale da rafforzare la posizione dominante esistente di Legrand.
697. Lo stesso dicasi per il Portogallo, dove Legrand dispone al momento di una posizione molto forte con una quota di mercato del [50-60]*% e quattro marchi consolidati, Legrand, BTicino, Quintela e Terraneo, ma dove Schneider detiene soltanto l'1% del mercato. I principali concorrenti di Legrand su questo mercato sono General Electric (GE), Elapel e JSL con quote di mercato rispettivamente del [20-30]*%, [10-20]*% e [0-10]*%. In queste circostanze, non è possibile affermare con sufficiente sicurezza che l'eliminazione della concorrenza attuale e potenziale di Schneider porterà alla creazione o al rafforzamento di una posizione dominante.
698. La situazione è invece diversa in Grecia. Anche su questo mercato, Legrand detiene una quota di mercato elevata, ossia il [40-50]*%, che si discosta notevolmente dalle quote dei suoi principali concorrenti, Siemens ([10-20]*%), Berker ([10-20]*%) e Jung ([10-20]*%), ma che non conferisce ancora all'impresa una posizione dominante paragonabile a quella di cui gode Legrand in Italia o in Portogallo per esempio. Schneider, con il suo marchio, è il quarto operatore con una quota di mercato del [0-10]*%. Legrand considera Schneider uno dei concorrenti principali²⁴⁹. L'operazione di concentrazione notificata eliminerà questo concorrente e creerà un leader di mercato con

²⁴⁹ Piano a Medio Termine Legrand Grecia, già citato alla nota a piè di pagina 211.

una quota di mercato del [40-50]*%, pari a tre volte la quota di Siemens e a tre volte e mezzo quella degli altri due concorrenti. Oltre all'entità derivante dalla fusione, Siemens sarà il solo concorrente a disporre di una presenza significativa anche su altri mercati di prodotti e geografici; Berker e Jung, invece, sono piccole e medie imprese tedesche specializzate nei mercati di apparecchiature situate a valle del quadro terminale.

699. In sintesi, tenuto conto (i) dell'attuale posizione forte ma non ancora chiaramente dominante di Legrand, (ii) dell'apporto a questa posizione della quota non trascurabile di Schneider e (iii) della posizione degli altri concorrenti molto più deboli in confronto, si può affermare che l'operazione di concentrazione notificata cambierà notevolmente le condizioni di concorrenza sul mercato delle prese e degli interruttori in Grecia e porterà alla creazione di una posizione dominante dell'entità risultante dalla fusione.
700. La Commissione conclude, pertanto, che l'operazione di concentrazione notificata rafforzerà una posizione dominante sul mercato delle prese e degli interruttori in Francia e creerà una posizione analoga in Grecia.

C.3.3 Apparecchiature stagne

701. Sul mercato delle apparecchiature stagne, vi sono sovrapposizioni di quote di mercato delle parti in Germania, in Spagna, in Francia e in Grecia. Mentre queste sovrapposizioni non sono tali da creare problemi di concorrenza in Germania (Legrand vi deterrebbe il [0-10]*% e Schneider il [0-10]*% secondo le parti) e in Grecia (Legrand vi deterrebbe il [20-30]*% e Schneider il [0-10]*% secondo le parti), le quote di mercato delle parti sono sostanzialmente più elevate in Francia e in Spagna.
702. In Francia, le parti indicano che per il 2000 la quota di mercato di Legrand sarebbe del [80-90]*% e quella di Schneider del [0-10]*%. Questa informazione corrisponde nel complesso a stime contenute nel Piano a medio termine di Legrand 2001-2005 Francia, secondo cui Legrand (compreso Arnould) avrebbe una quota di mercato del [90-100]*% e Schneider del [0-10]*%. In base a ognuna di queste valutazioni, Legrand è di gran lunga dominante sul mercato francese delle apparecchiature stagne. L'operazione di concentrazione notificata eliminerà qualsiasi gioco di concorrenza ancora esistente su questo mercato e, di conseguenza, rafforzerà tale posizione dominante.
703. Per la Spagna, le parti hanno valutato la quota di mercato di Legrand nel 2000 al [30-40]*% e quella di Schneider al [0-10]*%, sulla base di una stima della dimensione di mercato pari a [10-30]* milioni di EUR. Tuttavia, nel Piano a medio termine 2001-2005 BTicino Spagna, la dimensione del mercato è valutata nell'ordine dei [1 000-3 000]* milioni di pesetas, ovvero [0-10]* milioni di EUR; secondo questi stessi documenti, Legrand (compresa BTicino) avrebbe una quota di mercato del [60-70]*% e Schneider, Simon e Gewiss del [0-10]*% ciascuna.
704. Legrand ha spiegato che i dati contenuti nei Piani a medio termine sarebbero stime da parte delle forze vendita attive nei rispettivi paesi che avrebbero quale fonte principale i grossisti e tenderebbero quindi a sottovalutare la dimensione totale del mercato. Ciononostante, Legrand ha ammesso che per le apparecchiature stagne, la quota distribuita attraverso i grossisti sarebbe sicuramente preponderante e pertanto la stima globale del mercato dovrebbe essere più o meno mirata²⁵⁰. Infatti, Legrand non ha

²⁵⁰ Risposta del 10 luglio 2001, domanda 21, che rinvia alle risposte alle domande 20 e 4.

indicato che vende apparecchiature stagne tramite un canale diverso da quello dei grossisti²⁵¹.

705. Secondo Schneider, la quota di mercato di Legrand sarebbe del [40-50]*%, quella di Schneider del [0-10]*% e la dimensione del mercato pari a [1 000-3 000]* milioni di pesetas, ovvero [0-10]* milioni di EUR.
706. D'altro canto, un terzo ha fornito stime relative alle quote di mercato che si collocano tra il [50-80]*% per Legrand e al di sotto del [0-10]*% per Schneider; secondo questo terzo, la dimensione del mercato corrisponde a un importo di [0-10]* milioni di EUR²⁵².
707. Operando un confronto tra queste diverse stime relative alle dimensioni e alla struttura del mercato spagnolo delle apparecchiature stagne, la Commissione giunge alla conclusione che i dati forniti dalle parti nel quadro del presente procedimento probabilmente sopravvalutano la dimensione del mercato e pertanto sottovalutano la quota di mercato di Legrand. Per contro, le stime riportate nel Piano a medio termine Spagna di Legrand si avvicinano molto alle stime del terzo succitato e anche alle stime fornite da Schneider, almeno per quanto riguarda la dimensione del mercato.
708. La Commissione conclude da tutto ciò che la dimensione del mercato delle apparecchiature stagne in Spagna non supera in maniera significativa l'importo di [0-20]* milioni di EUR. Aggiungendo un margine di sicurezza del [10-20]*% a favore delle parti, può essere dunque quantificata in [0-20]* milioni di EUR. In una siffatta ipotesi e partendo dai dati forniti dalle parti stesse in merito ai loro fatturati (Legrand: [0-10]* milioni di EUR, Schneider: [0-10]* milioni di EUR), si può valutare la quota di mercato di Legrand al [40-50]*% almeno e quella di Schneider al [0-10]*% almeno.
709. Partendo da questi dati, Legrand si presenta chiaramente già ora come il "leader di mercato", con uno scarto considerevole tra la sua quota di mercato e quella dei principali concorrenti (Simon, Gewiss) che secondo il Piano a medio termine Legrand sono ognuna pari al [0-10]*%²⁵³. A questa posizione già forte, l'operazione di concentrazione notificata aggiunge quella di Schneider. Ora, l'attuale quota di mercato, relativamente modesta, detenuta da Schneider sul mercato spagnolo delle apparecchiature stagne non esprime completamente il potenziale concorrenziale di Schneider su questo mercato, visto che l'impresa ha fatto il suo ingresso soltanto nel 1999. Al contrario, il fatto che Schneider abbia potuto conquistare, in soli due anni, una quota di mercato del [0-10]*% almeno in un mercato in cui era completamente assente in precedenza dimostra che questa impresa ha una buona posizione che le consente di esercitare una pressione concorrenziale significativa nei confronti di Legrand. Eliminando questa concorrenza tra Schneider e Legrand, l'operazione di concentrazione in questione può conferire alla nuova entità una posizione dominante.
710. Nella loro risposta alla comunicazione delle obiezioni, le parti contestano questa analisi, basandosi sulle due argomentazioni riportate di seguito.

²⁵¹ Risposta del 10 luglio 2001, domanda 19.

²⁵² Risposta di Simon ai questionari concorrenti fase II (segmento 5).

²⁵³ Le parti non hanno fornito una stima delle quote di mercato di questi concorrenti nel quadro della presente procedura.

711. L'apporto della quota di mercato di Schneider rafforzerebbe in modo estremamente limitato la posizione di Legrand e non avrebbe dunque effetti restrittivi sulla concorrenza.
712. Il successo relativamente rapido di Schneider sul mercato spagnolo delle apparecchiature stagne dimostra la grandissima apertura di questo mercato e la facilità di penetrazione per i nuovi concorrenti.
713. Ciononostante, la quota di mercato del [0-10]*% detenuto da Schneider è tutt'altro che trascurabile. Come spiegato sopra, riflette un potenziale di crescita considerevole in considerazione dell'ingresso relativamente recente di Schneider sul mercato in questione. Inoltre, la quota di mercato di Schneider rappresenta già al momento una posizione significativa rispetto alle posizioni dei principali concorrenti, Simon ([0-10]*%) e ABB/Niessen ([0-10]*%)²⁵⁴, soprattutto se si considera che Simon è leader del mercato delle prese e degli interruttori standard in Spagna e vi detiene una quota di mercato del [40-50]*%.
714. In risposta alla seconda argomentazione riportata sopra, è giocoforza constatare che il rapido successo di Schneider sul mercato spagnolo delle apparecchiature stagne, rispetto alle posizioni relativamente modeste di concorrenti come Simon e ABB/Niessen che sono tuttavia forti sul mercato delle apparecchiature standard, evidenzia più la forza concorrenziale di Schneider che una pretesa assenza di barriere all'ingresso. Occorre ricordare al riguardo che Schneider è tutt'altro che un "nuovo operatore" sui mercati della distribuzione elettrica a bassa tensione in Spagna. Infatti, Schneider ha una posizione ben consolidata in Spagna sui mercati dei componenti di quadri elettrici. Peraltro, dispone di una gamma di apparecchiature stagne già commercializzate con successo sul mercato francese, da dove vengono d'altro canto importate le apparecchiature stagne vendute in Spagna con il marchio Eunea. Non esiste nessun altro concorrente che abbia una posizione consolidata su altri mercati di prodotti in Spagna e che al tempo stesso disponga di un marchio noto e di una gamma completa di apparecchiature stagne.
715. La Commissione conclude, pertanto, che l'operazione di concentrazione notificata rafforzerà una posizione dominante sul mercato delle apparecchiature stagne in Francia e creerà una posizione analoga sullo stesso mercato in Spagna.

C.3.4 Illuminazione di sicurezza / blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza

716. Sul mercato dei sistemi di illuminazione di sicurezza, le attività delle parti si sovrappongono in maniera significativa in Francia, dove Legrand (comprese le sue controllate URA e Lumatic) raggiunge una quota di mercato del [50-60]*% e Schneider del [0-10]*%. Se si considerano i soli blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza, le quote di mercato sono del [60-70]*% per Legrand e del [0-10]*% per Schneider. Mentre Legrand produce direttamente questi articoli, Schneider li acquista, rivolgendosi, per il mercato francese, soprattutto all'impresa Kaufel. I principali concorrenti delle parti sono Cooper (marchio: Luminox; [10-20]*%) e Chubb ([0-10]*%), tutti gli altri concorrenti detengono quote di mercato inferiori al [0-10]*%. Legrand è già quindi il leader incontrastato di questo mercato con una quota di mercato di quasi quattro volte superiore rispetto al suo concorrente più vicino. Considerata questa posizione, si può sostenere che

²⁵⁴ Quote di mercato secondo la risposta delle parti, punto 659.

Legrand gode di una posizione dominante su questo mercato. Per contro, Schneider è entrata sul mercato francese dell'illuminazione di sicurezza solo di recente e nel 1997 deteneva solo una quota di mercato del [0-10]*%; all'epoca, Legrand disponeva ancora del [70-80]*% del mercato, il che dimostra che in soli pochi anni Schneider è riuscita a diventare un concorrente serio per Legrand. Schneider ha consegnato al leader del mercato una quota significativa di mercato e quest'impresa è pertanto in grado di influenzare in maniera apprezzabile il comportamento di Legrand. Questa constatazione è confermata da un documento interno di URA, controllata di Legrand, che ricorda la "difficoltà di conservare i prezzi a causa della banalizzazione dei prodotti e dell'attacco di Schneider che esercita una doppia pressione negativa: pressione sui prezzi in generale [...]*, pressione sul "mix", con Schneider che ha fondato il suo attacco sui prodotti "di base"²⁵⁵.

717. L'avvicinamento tra Schneider e Legrand eliminerà questa pressione concorrenziale e conferirà all'entità risultante dalla fusione una quota di mercato di circa il [50-60]*% per l'illuminazione di sicurezza nel suo insieme e di oltre il [60-70]*% per il mercato dei soli blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza. Pertanto, l'entità risultante dalla fusione vedrà la propria posizione dominante rafforzata in maniera tale che gli altri concorrenti, società specializzate che non dispongono di risorse e di accesso ai grossisti nella stessa misura di Schneider, o i nuovi potenziali operatori avranno ancora meno possibilità di controllare il suo comportamento sul mercato. Come indicato da un terzo²⁵⁶, il sistema di calcolo degli sconti praticato da Schneider non permetterà più ai concorrenti di essere competitivi.
718. Nella loro risposta, le parti non hanno contestato questa analisi in sé, ma hanno soltanto sostenuto l'assenza di effetti negativi dell'operazione sulla concorrenza basandosi su un mercato di prodotti allargato a sistemi di sicurezza delle persone (che copre contemporaneamente l'illuminazione di sicurezza e il sistema antincendio). Come mostrato negli sviluppi di cui sopra, questa posizione delle parti non è sostenibile.
719. La Commissione conclude, pertanto, che l'operazione di concentrazione notificata rafforzerà una posizione dominante sul mercato dell'illuminazione di sicurezza o su un possibile mercato più limitato dei blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza in Francia.

C.3.5 Valutazione dell'impatto sulla concorrenza dell'operazione di concentrazione sui mercati dei materiali di fissaggio e di derivazione

720. La nuova entità Schneider/Legrand sarà il principale operatore sul mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione a livello europeo. Deterrà una quota di mercato cumulata a livello del SEE pari al [20-30]*% e sarà presente in undici Stati membri. Le parti spiegano che il loro principale concorrente a livello europeo sarà Hager con una quota di mercato del [10-20]*%, ma una presenza limitata a un solo Stato membro, la Germania. Hager ha tuttavia segnalato di non essere attiva su questo mercato di prodotti²⁵⁷.

²⁵⁵ SAFT URA – Piano a Medio Termine 2001-2005.

²⁵⁶ Kaufel, e-mail del 3 luglio 2001.

²⁵⁷ Risposta di Hager del 6 marzo 2001.

721. L'operazione di concentrazione notificata porterà al sommarsi di quote di mercato molto rilevanti sul mercato francese dei materiali di fissaggio e di derivazione.

L'entità derivante dalla fusione deterrà una quota di mercato particolarmente elevata sul mercato francese

722. L'entità Schneider/Legrand deterrà una quota di mercato del [70-80]*% sul mercato francese dei materiali di fissaggio e di derivazione. Legrand dispone su questo mercato di una quota di mercato del [50-60]*% a cui si aggiungerà il [20-30]*% di quote di mercato di Schneider (dati del 2000). Le parti non sono state in grado di individuare gli altri operatori su questo mercato.

723. Inoltre, l'entità Schneider/Legrand disporrà di quote di mercato ancora più elevate per alcune categorie di prodotti di fissaggio e derivazione. Schneider detiene il [20-30]*% e Legrand il [40-50]*% (dati relativi al 2000) del mercato francese di scatole da incasso e di derivazione²⁵⁸. Le parti non sono state in grado di identificare i loro concorrenti per il settore in questione. Legrand spiega che questa categoria di prodotti rappresenta circa il 40% del totale del mercato rilevante²⁵⁹.

724. L'operazione proposta ha quindi per effetto il raggruppamento di quote di mercato dei due principali operatori sul mercato interessato.

L'entità derivante dalla fusione disporrà di una gamma di marchi senza eguali

725. L'entità Schneider/Legrand opererà sul mercato francese dei materiali di fissaggio e derivazione con quattro marchi che godono tutti di una forte notorietà. Ai marchi Alombard e Sarel di Schneider Legrand aggiungerà i suoi marchi Legrand e Arnould. Questi ultimi sono ben noti agli installatori poiché rappresentano la percentuale maggiore delle vendite di prese e interruttori realizzate in Francia.

726. Questa situazione permetterà al nuovo gruppo di sviluppare una politica commerciale multimarchi per rispondere in modo adeguato a ogni segmento della domanda. Sarel è già fin d'ora più particolarmente rivolta alla parte della domanda che proviene dal settore industriale, mentre Alombard gode di un'immagine di marchio di alto livello. Legrand e Arnould, da parte loro, vantano un'ottima immagine nel settore residenziale. L'entità Schneider/Legrand sarà pertanto in grado di neutralizzare le azioni dei suoi concorrenti collocando uno dei suoi marchi nel punto centrale del suo mercato, potendo comunque utilizzare gli altri suoi marchi sugli altri segmenti.

L'entità derivante dalla fusione disporrà di forti posizioni sull'insieme dei mercati francesi dei prodotti situati a valle del quadro terminale di distribuzione

727. L'entità Schneider/Legrand sarà particolarmente forte in Francia sull'insieme dei mercati di prodotti situati a valle del quadro terminale. In particolare, il nuovo gruppo deterrà una quota di mercato di oltre il [80-90]*% sul mercato delle prese e degli interruttori. Deterrà altresì una quota di mercato del [40-50]*% nel settore delle pose di cavi in ambiente (dati relativi al 1999).

²⁵⁸ Risposta delle parti alla domanda 239 del questionario del 6 aprile 2001.

²⁵⁹ Allegato Legrand alla domanda 239 del questionario del 6 aprile 2001.

728. I materiali di derivazione e di connessione sono commercializzati attraverso gli stessi canali di distribuzione degli altri materiali elettrici situati a valle del quadro terminale e la domanda per questi prodotti deriva principalmente dagli installatori. Le parti spiegano infatti che i produttori realizzano il [90-100]*% del loro fatturato relativo ai prodotti a valle del quadro terminale con i grossisti e che gli installatori rappresentano il [90-100]*% della domanda rivolta ai grossisti²⁶⁰.

729. Il nuovo gruppo potrà quindi utilizzare la sua forza su tutti i mercati francesi delle apparecchiature elettriche a valle del quadro terminale per mantenere o rafforzare la sua posizione sul mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione, poiché tutti questi prodotti risultano fortemente complementari. In particolare, le scatole di derivazione e da incasso sono adatte per alloggiare o essere integrate ad altri prodotti ultraterminali. Un catalogo Legrand presenta insieme prese e interruttori, pose di cavi in ambiente e materiali di fissaggio e derivazione²⁶¹. Allo stesso modo, in un catalogo Arnould, si spiega quali sono le serie di prese e interruttori che si possono montare sulle scatole da incasso della serie Igloo²⁶².

L'entità derivante dalla fusione disporrà di un accesso privilegiato ai grossisti

730. Le parti spiegano che in media il [90-100]*% delle vendite dei materiali di fissaggio e derivazione avviene tramite grossisti²⁶³. Schneider/Legrand disporrà di un accesso privilegiato alla distribuzione per la sua offerta di materiali di fissaggio e derivazione. Infatti, il nuovo gruppo sarà un fornitore imprescindibile almeno per i principali grossisti che operano in Francia.

731. Rexel, primo distributore di materiali elettrici in Francia con una quota di mercato stimata al [40-50]*%, afferma che in Francia Schneider/Legrand rappresenterà il [40-50]*% delle sue vendite²⁶⁴ (cfr. la tabella 31 *supra*).

732. Pertanto, il nuovo gruppo disporrà di una posizione unica nella distribuzione. Considerato quanto spiegato sopra in merito ai meccanismi di promozione e sconto, i grossisti saranno incentivati almeno a mantenere le loro vendite di materiali di fissaggio e di derivazione del nuovo gruppo.

L'entità derivante dalla fusione disporrà di una gamma completa di materiali di fissaggio e di derivazione (barriera all'ingresso)

733. Il mercato di materiali di fissaggio e di derivazione è caratterizzato dal numero rilevante di prodotti che copre. Tali prodotti si suddividono in un numero ancora maggiore di articoli. Il fatto di poter offrire una gamma completa di prodotti rappresenta un vantaggio concorrenziale importante sotto due aspetti.

734. Innanzitutto, è più facile e più rapido per un installatore acquistare l'insieme o almeno la maggior parte dei materiali di fissaggio e di derivazione di cui ha bisogno presso uno

²⁶⁰ Modulo CO, pag. 102.

²⁶¹ Catalogo 2001 Legrand, pag. 206 e segg.

²⁶² Catalogo generale Arnould 2001.

²⁶³ Modulo CO pag. 102. Cfr. anche allegato Legrand alla domanda 132 del questionario del 6 aprile 2001.

²⁶⁴ Risposta di Rexel al questionario della seconda fase della Commissione.

stesso fornitore. Infatti, l'installatore che scegliesse di rifornirsi presso diversi fornitori dovrebbe consultare più cataloghi di produttori diversi oppure esaminare le aree riservate ai singoli produttori presso i grossisti. Questa operazione gli richiederebbe un investimento importante in termini di tempo che non giustificerebbe il prezzo basso dei prodotti in questione.

735. In secondo luogo, un produttore che detiene una gamma completa di prodotti trae vantaggio dalla forte complementarità di questi articoli. Come spiegato in un catalogo Sarel le scatole di derivazione della serie "Murabox" consentono il montaggio della morsettiera Sarel" e dei morsetti di collegamento Sarel"²⁶⁵.
736. Infine, il fatto di avere una gamma completa di prodotti abitua gli installatori all'uso dei prodotti del fabbricante in questione.

Conclusione

737. L'operazione di concentrazione proposta porta alla scomparsa del fattore essenziale delle condizioni di concorrenza sul mercato francese dei materiali di fissaggio e di derivazione. Si traduce, infatti, nell'avvicinamento tra il numero uno e il numero due incontestati su questo mercato. L'entità derivante dalla fusione disporrà di tutti gli strumenti necessari per controllare il mercato francese dei materiali di fissaggio e di derivazione. Sarà infatti in grado di imporre i propri prezzi sul mercato. Considerato il suo peso nella distribuzione, i grossisti non saranno in grado di opporsi a un tale aumento dei prezzi (cfr. *supra*). L'operazione di concentrazione notificata porta pertanto alla creazione di una posizione dominante sul mercato francese per la vendita di materiali di fissaggio e di derivazione. Nella loro risposta, le parti non hanno contestato questa conclusione.

C.3.6 Valutazione dell'impatto dell'operazione di concentrazione sulla concorrenza sui mercati dei prodotti di trasformazione

738. Le attività delle parti su questi mercati si sovrappongono principalmente in Francia, a causa delle vendite di Legrand di articoli prodotti dall'impresa stessa e delle vendite di Schneider di prodotti acquistati da un produttore tedesco, Murrelektronic.
739. Nella loro risposta, le parti hanno fornito la seguente tabella che presenta le quote di mercato delle parti e dei loro principali concorrenti sui due mercati, quello dei trasformatori e quello delle alimentazioni in Francia:

Tabella quote di mercato trasformatori e alimentatori

FRANCIA	Trasformatori & Alimentatori	Trasformatori	Alimentatori
LEGRAND	[20-30]*%	[30-40]*%	[10-20]*%
SCHNEIDER	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
SCHNEIDER+LEGRAND	[20-30]*%	[40-50]*%	[10-20]*%

²⁶⁵ Catalogo generale 2001 Sarel, pagg. 448 e 449.

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]*%	
ALTRI (circa 50)	[20-30]* %		

740. Da questi dati emerge che Legrand è attualmente il leader indiscusso del mercato dei trasformatori in Francia, con una quota di mercato cinque volte superiore rispetto a quella del concorrente più prossimo, Siemens, e sei-sette volte superiore rispetto a quella del terzo e quarto operatore, Schneider e Cecla. Il resto del mercato, corrispondente al [40-50]*% del totale, è frammentato, poiché nessun altro concorrente detiene una quota di mercato di oltre il [0-10]*%. L'operazione di concentrazione notificata eliminerà pertanto uno dei tre unici concorrenti di Legrand la cui posizione sul mercato non è trascurabile. Inoltre, aumenterà il divario tra la quota di mercato dell'entità risultante dalla fusione e quella dei concorrenti più prossimi ai fattori sei (per Siemens) e otto (per Cecla).

741. Alla quota di mercato della nuova entità si aggiunge l'accesso privilegiato alla distribuzione di cui godrà. Questo aspetto assume un ruolo meno rilevante nella valutazione del mercato interessato, considerato il fatto che i clienti finali sono industriali che hanno la capacità di approvvigionarsi al di fuori del canale dei grossisti e che in effetti una percentuale considerevole ([30-70]*%) dei prodotti in questione è venduta direttamente dai produttori ai clienti finali. Tuttavia, dalle risposte fornite dai concorrenti nel corso dell'indagine emerge che l'accesso ai grossisti ha una certa influenza sul gioco della concorrenza sul mercato dei trasformatori. Infatti, secondo un concorrente, Schneider controlla sempre di più i canali di distribuzione tramite i grossisti, il che rende impossibile per altri marchi trovare canali di distribuzione²⁶⁶. Secondo un terzo, la concentrazione conferirà all'entità risultante dalla fusione la

²⁶⁶ Polylux, risposta del 9 luglio 2001.

possibilità di estromettere i suoi concorrenti dapprima dal mercato delle vendite ai grossisti e poi dal mercato in generale.

742. Nella loro risposta, le parti ribadiscono che, malgrado questa struttura del mercato, l'operazione di concentrazione non creerà né rafforzerà una posizione dominante.
743. Innanzitutto, le parti sottolineano che Schneider è presente sul mercato dei trasformatori soltanto tramite la rivendita di prodotti fabbricati da un concorrente. Ciononostante, questo dato di fatto non cambia l'analisi del mercato, poiché la quota di mercato di Schneider riflette bene la forza concorrenziale di questa impresa e non quella del produttore terzo.
744. Del pari, l'argomentazione delle parti secondo cui il mercato dei trasformatori in sé è in declino in quanto gli alimentatori stanno sostituendo progressivamente i trasformatori non esclude la possibilità di creazione o di rafforzamento di una posizione dominante su un siffatto mercato, né la necessità, nell'ambito del controllo delle concentrazioni, di mantenere un grado sufficiente di concorrenza fino a quando esista il mercato in questione.
745. Le parti sostengono, inoltre, che, anche dopo l'operazione di concentrazione notificata, l'esistenza di un numero elevato di concorrenti di dimensioni diverse, dai grandi gruppi come Siemens, Moeller, Omron o Phoenix, che offrono una gamma completa di prodotti, fino ai piccoli concorrenti a livello locale, permetterebbe di esercitare una pressione concorrenziale sufficiente nei confronti dell'entità derivante dalla fusione. La stessa cosa dicasi della concorrenza almeno potenziale da parte dei produttori di alimentatori.
746. Ciononostante, ad eccezione di Siemens, i grandi gruppi citati sono assenti dal mercato francese dei trasformatori o vi detengono solo una posizione marginale. Inoltre, l'operazione di concentrazione in questione, eliminando uno dei concorrenti di dimensioni non trascurabili, ridurrà significativamente la possibilità degli altri concorrenti e, in particolare, dei numerosi piccoli produttori locali di limitare la libertà di comportamento dell'entità derivante dalla fusione. Quanto alla concorrenza di sostituzione proveniente dal mercato vicino degli alimentatori, occorre constatare che i tre principali produttori di alimentatori attivi sul mercato francese (ELC, Lambda e Lutze), ognuno dei quali detiene una quota di mercato del [0-10]*%, sono completamente assenti dal mercato dei trasformatori. D'altro canto, grazie all'operazione di concentrazione notificata, Schneider/Legrand diverrà anche leader del mercato degli alimentatori con una quota di mercato del [10-20]*%.
747. La Commissione conclude quindi che l'operazione di concentrazione in questione creerà una posizione dominante sul mercato francese dei trasformatori.

C.4 Valutazione dell'impatto dell'operazione di concentrazione sulla concorrenza sui mercati degli ausiliari di comando e segnalazione

748. Il soggetto Schneider/Legrand sarà il principale operatore sul mercato europeo degli ausiliari di comando e segnalazione con una quota di mercato del [20-30]*% (Schneider [20-30]*% e Legrand [0-10]*%). I suoi principali concorrenti saranno Moeller e Siemens con quote di mercato rispettivamente del [0-10]*% e del [0-10]*% a livello del SEE. Come i suoi due principali concorrenti, Schneider/Legrand sarà presente in tutti gli Stati membri del SEE.

749. L'operazione di concentrazione notificata porta al sommarsi di quote di mercato molto rilevanti sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione.

C.4.1 L'entità derivante dalla fusione disporrà di una quota di mercato particolarmente elevata

750. Come indicato nella tabella riportata di seguito, l'entità Schneider/Legrand disporrà di quote di mercato sensibilmente più elevate rispetto a quelle dei suoi concorrenti sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione.

Tabella 38

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

Fonte: parti

751. L'operazione di concentrazione proposta porta quindi al raggruppamento dei due principali concorrenti in termini di quote di mercato sul mercato francese. Si traduce nella creazione di un operatore che disporrà di una quota di mercato del [60-70]*%, con un grande scarto rispetto ai suoi due principali concorrenti, K&N e Moeller, che deterranno rispettivamente una quota di mercato del [0-10]*%.

C.4.2 L'entità derivante dalla fusione disporrà di una gamma di marche senza eguali

752. Schneider/Legrand sarà attivo sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione con quattro marchi. Schneider detiene i marchi Télémécanique e Mafalec. Legrand, da parte sua, commercializza i prodotti in questione con i marchi Baco e Legrand.

753. Questa gamma di marchi permetterà al nuovo gruppo di coprire in maniera particolarmente capillare ogni segmento di mercato. L'interesse di poter così segmentare la domanda è d'altronde sottolineato in un documento interno Schneider, in cui si spiega che, per quanto concerne "le gamme di prodotti convenzionali, la segmentazione permette di combinare crescita e redditività"²⁶⁷. In particolare, emerge da questo documento che detenere diversi marchi permette di condurre politiche di gamme e politiche di prezzo differenziate per ciascun marchio. Inoltre, in questo stesso documento si spiega che disporre di vari marchi consente di "trarre vantaggio da un doppio approccio multispecialistico/specialistico". Ora, la stessa Baco si presenta come il "leader" sul mercato dei commutatori a camme con una quota di mercato superiore al [10-20]*%²⁶⁸.

754. L'entità risultante dalla fusione potrà così replicare ciò che Schneider ha realizzato con l'acquisizione di Mafelec. È opportuno tuttavia sottolineare che gli effetti positivi per il nuovo gruppo derivanti dal sommarsi dei marchi Legrand e Baco ai marchi Télémécanique e Mafelec saranno sensibilmente più importanti rispetto a quelli che

²⁶⁷ Verbale del comitato delle acquisizioni del 17 ottobre 1997, pag. . Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

²⁶⁸ Piano a Medio Termine 2001-2005 Francia Baco, pag. 9. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

Schneider ha ottenuto dall'acquisizione di Mafelec, per due principali ragioni. Innanzitutto, Schneider/Legrand disporrà di quattro marchi, situazione, questa, che permetterà all'impresa di condurre una politica multimarchi ancora più sofisticata. Inoltre, gli altri concorrenti sul mercato avranno una presenza notevolmente più modesta.

755. Nella loro risposta²⁶⁹, le parti hanno sostenuto che l'aggiunta di Baco a Schneider, in particolare alla sua controllata Télémécanique, sarebbe trascurabile. Secondo loro, la forza commerciale del marchio Télémécanique, presente su diversi continenti, non sarà affatto rafforzata dal marchio Baco la cui notorietà e la cui attività sono essenzialmente limitate alla Francia. Inoltre, i prodotti commercializzati da Baco sarebbero prodotti classici, standardizzati e armonizzati e non apporterebbero pertanto alcun valore aggiunto alla gamma di prodotti Schneider.
756. In primo luogo, occorre rilevare che le parti non contestano l'argomentazione secondo cui l'offerta da parte dell'entità risultante dalla fusione di un'ampia gamma di marchi, senza eguali presso i suoi concorrenti, rappresenta un vantaggio commerciale. A questo proposito, è significativo che Schneider abbia conservato il marchio Mafelec dopo aver acquisito il controllo di questa impresa nel 1997²⁷⁰. È vero che il marchio Télémécanique gode di una notorietà e di una presenza geografica che superano di gran lunga quelle dei marchi Baco e Legrand, per quanto riguarda i prodotti in questione. Tuttavia, questi due marchi godono di una buona notorietà sul territorio francese di cui beneficerà direttamente l'entità risultante dalla fusione che ne rafforzerà la gamma di marchi.
757. In secondo luogo, non è stato contestato che le diverse categorie di ausiliari di comando e segnalazione vendute dal gruppo Legrand sono vendute anche da Schneider. Ciò non esclude che l'operazione di concentrazione notificata porterà a un rafforzamento significativo delle posizioni di Schneider perlomeno su una categoria di prodotti: i commutatori a camme, per i quali Baco dispone di una quota di mercato superiore al [20-30]*%.
758. In conclusione, il sommasi dei marchi Baco e Legrand ai marchi Télémécanique e Mafelec già detenuti da Schneider conferirà all'entità derivante dalla fusione un sostanziale vantaggio concorrenziale.

C.4.3 L'operazione di concentrazione proposta elimina il fattore essenziale di concorrenza sul mercato francese

759. L'operazione di concentrazione proposta si traduce nell'eliminazione dei primi due leader indiscussi sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione. La rivalità fra i gruppi Schneider e Legrand costituiva l'elemento determinante della struttura della concorrenza su questo mercato. Questa constatazione è confermata da documenti interni di ognuna delle parti.
760. Da un documento interno di Baco²⁷¹, controllata di Legrand in cui è concentrata la parte essenziale dell'attività relativa agli ausiliari di comando e segnalazione di questo gruppo, infatti, emerge che Schneider è il suo principale concorrente su questo mercato. In questo

²⁶⁹ Punto 798 e segg.

²⁷⁰ Documento interno di Schneider, fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 10 luglio 2001. Verbale del comitato delle acquisizioni di Schneider del 17 ottobre 2001, pag. 5.

²⁷¹ Piano a Medio Termine 2001-2005 Francia Baco. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

documento si indica che “per gli ausiliari, la posizione concorrenziale tradizionalmente difficile rispetto a Schneider continuerà ad esserlo a breve/medio termine a causa dell’uscita di una nuova gamma presso Schneider”²⁷². Infatti, si spiega che Baco resterà in “difesa fino all’uscita della nuova gamma nel 2003, rispetto alla serie Harmony di Schneider”²⁷³. Infine, il documento sottolinea che Schneider si contraddistingue per una “grande aggressività su tutti i segmenti che assorbono prodotti industriali (distribuzione – quadristi – assemblatori)”²⁷⁴, il che include anche gli ausiliari di comando e segnalazione.

761. Inoltre, in un documento interno di Schneider²⁷⁵ si indica che l’acquisizione della società Mafelec rispondeva alla volontà di Schneider di neutralizzare Baco sul mercato in questione. Nel documento si indica, infatti, che l’obiettivo perseguito da Schneider attraverso questa acquisizione era, da un lato, di “accaparrarsi il segmento delle macchine a lavorazione ripetitiva” e, dall’altra, “di evitare la penetrazione dei concorrenti che provengono dal segmento delle macchine a lavorazione ripetitiva sui mercati di macchine per uso industriale e delle macchine speciali”. Ora, Baco è presente, accanto a Omron, come specialista sul mercato delle macchine per lavorazione ripetitiva. È d’altro canto utile osservare che il nome Baco è evidenziato in grassetto, contrariamente a quello di Omron. L’acquisizione di Mafelec da parte di Schneider mirava quindi a rafforzare la sua posizione sul mercato delle macchine a lavorazione ripetitiva, nella prospettiva di fare concorrenza a Baco sul segmento principale del suo mercato e di evitare così che questa impresa attaccasse le sue posizioni sui mercati connessi delle macchine per uso industriale e delle macchine speciali.

762. Nella loro risposta²⁷⁶, le parti hanno contestato la conclusione secondo cui l’operazione di concentrazione proposta eliminerebbe il fattore essenziale di concorrenza sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione.

763. In primo luogo, le parti hanno sottolineato che la quota di mercato di Legrand ([0-10]*%) è relativamente modesta e vicina alle quote di K&N ([0-10]*%) e di Moeller ([0-10]*%). Inoltre, considerata l’importanza della quota di mercato detenuta da Schneider sul mercato rilevante ([50-60]*%), l’operazione di concentrazione proposta ne rafforzerebbe ben poco la sua posizione. In secondo luogo, le parti spiegano che il riferimento a un documento interno di Baco che definisce Schneider come “concorrente principale” non è pertinente visto che Schneider è leader europeo sul mercato in questione e che qualsiasi operatore deve fare riferimento a Schneider nelle proprie analisi concorrenziali del mercato. Infine, in terzo luogo, le parti sottolineano che l’acquisizione di Mafelec da parte di Schneider non aveva come obiettivo quello di neutralizzare Baco sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione, ma piuttosto di entrare su un mercato di nicchia da cui era assente, ovvero quello delle tastiere a membrana.

²⁷² Pag. 11.

²⁷³ Pag. 9.

²⁷⁴ Pag. 5.

²⁷⁵ Verbale del comitato delle acquisizioni del 17 ottobre 1997. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

²⁷⁶ Punto 801 e segg.

764. Detta argomentazione delle parti non può essere accolta. A titolo di premessa, occorre ricordare che Legrand è il secondo operatore, dopo Schneider, sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione, benché la sua quota di mercato sia solo di poco superiore a quelle di K&N e Moeller. L'operazione di concentrazione proposta porta pertanto all'unione dei due principali concorrenti sul mercato rilevante.
765. Inoltre, Baco si distingue da K&N e da Moeller per tre motivi essenziali.
766. Innanzitutto, Baco, al contrario di K&N e Moeller, realizza la maggior parte del suo fatturato relativo ai prodotti in questione in Francia²⁷⁷. A differenza dei due concorrenti succitati, mantenere la propria quota di mercato in Francia rappresenta per Baco un'esigenza essenziale, addirittura vitale, elemento, questo, che situa l'impresa in un rapporto di concorrenza diretta in particolare con Schneider. Infatti, K&N e Moeller dispongono di posizioni importanti al di fuori della Francia. Questo paese rappresenta solo una percentuale modesta delle loro vendite dei prodotti in questione²⁷⁸. Non hanno, quindi, le stesse motivazioni di Baco in termini di concorrenza nei confronti di Schneider sul mercato francese.
767. Baco beneficia anche della forza del gruppo Legrand per quanto concerne l'accesso alla distribuzione in Francia, vantaggio concorrenziale di cui non dispongono né Moeller né K&N, che rappresentano, senza distinzioni di prodotti, soltanto una minima parte del fatturato dei grossisti che operano in Francia. È stato, infatti, indicato a più riprese in un documento interno di Legrand²⁷⁹ che l'accesso alla distribuzione rappresenta uno dei "punti saldi" di Baco.
768. Baco dispone infine di un marchio che gode di un buon livello di notorietà sul territorio francese e di una posizione di leader, con una quota di mercato superiore al [10-20]*% per i commutatori a camme. In un documento interno di Legrand²⁸⁰ si indica a più riprese che Baco gode "di una legittimità che si basa sulla sua lunga presenza, sulla competenza e sull'esperienza acquisite nel settore". Pertanto, Baco può far leva su questa forte posizione per gli interruttori a camme per sviluppare le vendite di altri prodotti della sua gamma. In un documento interno di Legrand²⁸¹, si afferma a più riprese che le sinergie fra le diverse categorie di ausiliari di comando e segnalazione rappresentano uno dei punti di forza di Baco.
769. Per tutte queste ragioni, Baco si profila quindi come il concorrente più attivo e più pericoloso per Schneider sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione.
770. Una conclusione identica emerge dall'analisi dei documenti interni di Schneider. In un documento riservato di Schneider²⁸² si indica, infatti, che la seconda priorità del gruppo

²⁷⁷ Cfr. tabella 26 riportata sopra e la risposta alla comunicazione delle obiezioni, punto 799.

²⁷⁸ Cfr. tabella 26 riportata sopra.

²⁷⁹ Piano a Medio Termine 2001-2005 Baco Francia, pagg. 39, 41. Documento trasmesso in risposta alla domanda 113 del questionario del 10 luglio 2001.

²⁸⁰ Piano a Medio Termine 2001-2005 Baco Francia, pagg. 39, 41 e 43. Documento trasmesso in risposta alla domanda 113 del questionario del 10 luglio 2001.

²⁸¹ Piano a Medio Termine 2001-2005 Francia Baco, pagg. 39, 41 e 43. Documento trasmesso in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

²⁸² Piano dell'offerta prodotti-servizi 2000 Dialogo elettromeccanico di Schneider. Allegato 8 fornito in risposta alla domanda 40 del questionario del 20 marzo 2001.

per il periodo 2000-2003 è [...]*. Ora, Baco risponde appunto a questa doppia descrizione, poiché questa impresa realizza la parte essenziale del suo fatturato in Francia ed è particolarmente consolidata su un segmento particolare del mercato: i commutatori a camme. In un altro documento riservato di Schneider²⁸³, Baco è presentata come uno specialista. Da questo punto di vista, a prescindere dalle motivazioni all'origine dell'acquisizione di Mafelec da parte di Schneider, la strategia di Schneider sul mercato francese per i prossimi anni consiste proprio nell'attaccare in via prioritaria Baco.

771. Per tutte queste ragioni, la rivalità fra Schneider e Legrand costituisce proprio il fattore essenziale di concorrenza sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione.

C.4.4 L'organizzazione del mercato non permette che emerga un potere di acquisto in grado di controbilanciare la forza dell'entità risultante dalla fusione

772. I produttori di ausiliari di comando e segnalazione commercializzano i loro prodotti attraverso due canali principali: i grossisti e la vendita diretta.

773. Da un documento interno di Legrand emerge che Baco realizza il [40-50]*% delle sue vendite di ausiliari di comando e segnalazione attraverso la distribuzione e Legrand il [90-100]*%²⁸⁴. Emerge da un documento di Schneider che Mafelec realizza [50-60]*% delle sue vendite per via diretta, mentre i prodotti Schneider sono venduti al [50-60]*% da grossisti²⁸⁵.

774. Le parti spiegano che gli ausiliari di comando e segnalazione sono distribuiti dagli stessi grossisti degli altri prodotti elettrici interessati dall'operazione di concentrazione²⁸⁶. La forza del nuovo gruppo sugli altri mercati francesi di materiali elettrici (cfr. *supra*, in particolare la tabella 30) gli conferirà pertanto una posizione privilegiata nel canale della vendita tramite i grossisti.

775. I clienti interessati dalle vendite dirette sono essenzialmente i produttori di macchine industriali e, in misura minore, quadristi e installatori²⁸⁷. Questi consumatori non saranno in grado di controbilanciare la forza di Schneider/Legrand sul mercato francese per due serie di ragioni.

776. In primo luogo, le parti non hanno fornito alcuna indicazione sul fatto che uno o qualcuno di questi consumatori rappresenti una percentuale sufficientemente importante del mercato da poter essere considerato un vero potere d'acquisto. Infatti, anche se le parti annoverano tra i loro clienti qualche grande gruppo industriale, la stragrande maggioranza della clientela è rappresentata da grosse piccole e medie imprese specializzate nella produzione di macchine industriali.

²⁸³ Verbale del comitato delle acquisizioni del 17 ottobre 1997, pag. 2. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

²⁸⁴ Piano a Medio Termine 2001-2005 Francia Baco, pag. 20. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

²⁸⁵ Verbale del comitato delle acquisizioni del 17 ottobre 1997, pag. 6. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

²⁸⁶ Risposta delle parti alla domanda 13 del questionario del 15 marzo 2001.

²⁸⁷ Risposta delle parti del 20 luglio 2001 a una domanda della Commissione del 10 luglio 2001.

777. In secondo luogo, si potrebbe sostenere che questi consumatori potrebbero con relativa facilità cambiare fornitore e quindi stimolare tra i fornitori stessi una concorrenza più aspra. Anche volendo supporre che in pratica non sia difficile cambiare fornitore degli ausiliari di comando e segnalazione, è opportuno osservare che i principali produttori europei di ausiliari di comando e segnalazione (Moeller e Siemens) sono già presenti sul mercato francese e le loro quote di mercato sono particolarmente modeste. Tutto indica che questi produttori hanno optato per una strategia che consiste nel beneficiare dei prezzi elevati praticati in Francia dalle parti (cfr. *supra*), piuttosto che cercare di conquistare quote di mercato sottraendole ai due operatori dominanti. Nulla indica che in futuro questi concorrenti modificheranno la loro strategia e la loro politica di prezzi per diventare veri concorrenti attivi sul mercato.
778. Nella loro risposta²⁸⁸, le parti hanno ribadito che non esiste alcun motivo per credere che i clienti diretti delle parti restino in futuro legati all'entità derivante dalla fusione, se quest'ultimo decidesse di aumentare i prezzi di vendita. Secondo le parti, Schneider e Legrand subiscono oggi una concorrenza reale e potenziale da parte dei concorrenti, i cui prodotti sono presenti in Francia e negli Stati membri vicini, concorrenza che in futuro interesserà la nuova entità. Inoltre, le parti ritengono che niente indica che in futuro questi concorrenti non tentino di conquistare quote di mercato, anche se oggi si accontentano di seguire le iniziative di Schneider. Secondo le parti, infatti, Moeller avrebbe sferrato un attacco significativo su un segmento particolare del mercato, quello degli ausiliari di comando e segnalazione destinati alle macchine agricole, attraverso una riduzione dei prezzi e una modulazione dei prodotti sulle esigenze dei clienti.
779. L'argomentazione addotta dalle parti si fonda implicitamente sull'idea che le barriere all'ingresso sul mercato in questione sarebbero limitate e che i concorrenti delle parti potranno esercitare in futuro una concorrenza effettiva o potenziale sufficiente a impedire alle parti di avviare aumenti dei prezzi redditizi. Ora, come già spiegato sopra, il mercato degli ausiliari di comando e segnalazione è caratterizzato da forti barriere all'ingresso, in particolare l'accesso alla distribuzione e la necessità di avere un rapporto di prossimità con i clienti finali. L'esistenza di queste barriere all'ingresso, per quanto concerne il mercato francese, si traduce d'altro canto nelle modeste quote di mercato di Siemens e Moeller e nel livello elevato dei prezzi dei prodotti in questione, fatto che d'altronde le parti non contestano²⁸⁹. Esistono, quindi, fattori strutturali che limitano l'intensità della concorrenza sul mercato degli ausiliari di comando e segnalazione, a prescindere dal comportamento dei clienti finali.
780. Tutti gli elementi suesposti depongono a favore dell'affermazione contenuta in un documento interno di Legrand²⁹⁰, secondo cui il mercato in questione è [...]*

C.4.5 Conclusione

781. L'entità Schneider/Legrand disporrà di vantaggi sostanziali nei confronti dei suoi concorrenti che le permetteranno di controllare la concorrenza sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione. Il nuovo gruppo sarà, infatti, in grado di aumentare i prezzi dei suoi prodotti senza che ciò comporti perdite di quote di mercato che

²⁸⁸ Punto 806 e segg.

²⁸⁹ Risposta alla comunicazione delle obiezioni, punto 807.

²⁹⁰ Piano a Medio Termine 2001-2005 Francia Baco, pag. 34. Documento fornito in risposta alla domanda 113 del questionario del 29 giugno 2001.

renderebbero non redditizio detto aumento. Infatti, di fronte a una situazione di questo genere, è probabile che i concorrenti seguano l'aumento dei prezzi avviato dal leader del mercato piuttosto che cercare di conquistare nuove quote di mercato. Inoltre, il nuovo gruppo potrà aumentare i prezzi dei prodotti venduti sotto alcuni dei suoi marchi, in modo da trasferire sugli altri suoi marchi la percentuale di domanda di cui è previsto lo spostamento. Infine, nessun potere d'acquisto è in grado di controbilanciare la forza di Schneider/Legrand sul mercato in questione. L'operazione di concentrazione notificata porta quindi alla creazione di una posizione dominante sul mercato francese della vendita degli ausiliari di comando e segnalazione.

D. Conclusione generale

782. Per le ragioni suesposte, la Commissione è giunta alla conclusione che l'operazione di concentrazione notificata creerà una posizione dominante che avrà l'effetto di ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva sui seguenti mercati:

- mercati degli interruttori scatolati, interruttori miniaturizzati e armadi per sottoquadri di distribuzione elettrica in Italia;
- mercato degli interruttori miniaturizzati, interruttori differenziali e cassette per quadri terminali di distribuzione elettrica in Danimarca, Spagna, Italia e Portogallo;
- mercato degli interruttori di collegamento in Francia e in Portogallo;
- mercato dei supporti per cavi nel Regno Unito;
- mercato delle prese e degli interruttori in Grecia;
- mercato delle apparecchiature stagne in Spagna;
- mercato dei materiali di fissaggio e di derivazione in Francia;
- mercato dei prodotti di trasformazione dell'energia elettrica in Francia;
- mercato degli ausiliari di comando e segnalazione in Francia.

783. Inoltre, per le ragioni esposte sopra, la Commissione ha altresì concluso che l'operazione notificata rafforzerà una posizione dominante, che avrà l'effetto di ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva sui seguenti mercati:

- mercato degli interruttori scatolati, interruttori miniaturizzati e armadi per sottoquadri di distribuzione elettrica in Francia;
- mercato degli interruttori miniaturizzati, interruttori differenziali e cassette per quadri terminali di distribuzione elettrica in Francia;
- mercato delle prese e degli interruttori in Francia;
- mercato delle apparecchiature stagne in Francia;
- mercato dei sistemi di illuminazione di sicurezza o dei blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza in Francia.

VI. MISURE CORRETTIVE

A. Procedura

784. Il 14 settembre la parte notificante ha depositato le proprie proposte di impegni presso la Commissione. Detti impegni (in prosieguo "proposte iniziali di impegni") riguardano

ognuno dei mercati di cui ai punti 782 e 783. La Commissione ha svolto un'indagine nei confronti delle parti e di terzi per valutare dette proposte di impegni.

785. L'indagine della Commissione ha invalidato gli impegni presentati dalle parti il 14 settembre. La Commissione ha provveduto a informarne le parti che il 24 settembre hanno presentato in risposta proposte alternative. Questo nuovo testo di impegni è intitolato "impegni Fase 2" di Schneider Electric del 14 settembre 2001, illustrati da soluzioni alternative del 24 settembre 2001" (in prosieguo "proposte alternative di impegni").
786. Dette proposte alternative di impegni vanno esaminate nel quadro del punto 43 della comunicazione concernente le misure correttive²⁹¹. Il punto 43 prevede condizioni severe che riguardano la ricevibilità di detti impegni, sia sul merito (la Commissione deve poter stabilire chiaramente, senza ricorrere a una nuova consultazione degli operatori del mercato, che gli impegni modificati elimineranno i problemi concorrenziali individuati) sia sulla forma (gli impegni modificati devono essere presentati con debito anticipo per permettere una consultazione degli Stati membri).
787. Come si esporrà di seguito, la Commissione ritiene che la proposta alternativa non soddisfi le condizioni di cui al punto 43 della comunicazione concernente le misure correttive.

B. Valutazione

Il mercato dei sottoquadri e dei quadri terminali e dei loro componenti in Danimarca, Spagna, Francia, Italia e Portogallo

Le proposte iniziali di impegni erano insufficienti

788. Le proposte iniziali di impegni riguardavano le attività cosiddette "Legrand Puissance" (sottoquadri in Francia, gruppo Legrand), "BTicino Puissance" (sottoquadri in Italia, gruppo Legrand), "Legrand Lexic" (quadri terminali in Francia, Spagna, Portogallo e Danimarca, gruppo Legrand), "Multi 9" (quadri terminali in Italia, gruppo Schneider) e l'impresa Baco (differenziali, gruppo Legrand). Le parti proponevano (i) di trasferire alcuni nomi della gamma in Europa, nonché i marchi Sarel e Saip per l'Italia; (ii) di offrire un'opzione per un uso temporaneo (tre anni) rispettivamente del marchio Legrand Puissance, del marchio BTicino Puissance, del marchio Legrand Lexic e del marchio Merlin Gerin Modulaire; (iii) di trasferire l'unità di produzione dei prodotti chiave dei sottoquadri (gli interruttori scatolati), un'unità di produzione di armadi per sottoquadri di distribuzione destinati al mercato italiano, un'unità di produzione di interruttori miniaturizzati situata a [...] e di creare un'unità nella regione di [...] per le cassette e altri componenti di quadri terminali (poiché questi ultimi non sono destinati al mercato italiano dei quadri terminali); (iv) di condividere l'uso dei diritti di proprietà intellettuale e industriale e (v) di offrire personale di vendita e contratti commerciali con i grossisti, con diritti di vendita esclusivi sui territori oggetto delle obiezioni e non esclusivi nel resto dell'Europa per quanto riguarda le proposte Legrand Puissance, BTicino Puissance e Legrand Lexic.

²⁹¹ Comunicazione della Commissione concernente le misure correttive considerate adeguate a norma del regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio e del regolamento (CE) n. 447/98 della Commissione, GU C 68 del 2.3.2001.

789. L'indagine della Commissione ha evidenziato che questa proposta sollevava forti dubbi in merito all'autonomia e alla capacità concorrenziale delle entità proposte per la cessione. Detti dubbi sono dovuti in gran parte al fatto che la maggioranza delle unità proposte per la cessione non erano autonome in precedenza.
790. Innanzitutto, il gruppo Schneider/Legrand avrebbe conservato, almeno in parte, la proprietà e l'accesso all'insieme delle tecnologie utilizzate dalle entità proposte. Senza dubbio il gruppo giustificava tale situazione con il fatto che, da una parte, conservava al suo interno le medesime attività basate sulle stesse tecnologie al di fuori dell'Europa e, dall'altra, le attività legate ai quadri terminali e ai loro componenti con il marchio BTicino in Europa e infine le attività Merlin Gerin al di fuori dell'Italia. Le parti si erano impegnate a non entrare in concorrenza con l'unità ceduta sui mercati rilevanti e pertanto di non offrire gli stessi prodotti. Ciononostante, l'assenza di una qualsiasi definizione della nozione di "stesso prodotto", sarebbe stata sufficiente per Schneider/Legrand a far evolvere la tecnologia iniziale di Legrand per poter proporre prodotti in concorrenza con quelli ceduti. Inoltre, l'unità ceduta avrebbe probabilmente potuto far fronte immediatamente a un'offerta Schneider/Legrand di prodotti identici sui mercati europei per i quali la Commissione non aveva formulato obiezioni. Pertanto, le attività cedute avrebbero potuto vedere indebolita la propria immagine di marchio e la loro concorrenza smorzata dalla fornitura di "cloni", situazione, questa, che avrebbe messo in pericolo la redditività di una parte delle attività cedute.
791. Inoltre, il fatto che il gruppo Schneider/Legrand conservi attività basate su prodotti identici a quelli ceduti avrebbe comportato problemi importanti, in particolare per quanto riguarda la competitività economica delle unità di produzione oggetto di una proposta di cessione.
792. Da un lato, le parti proponevano di conservare unità di produzione che realizzassero prodotti identici a quelli ceduti. Poiché la produzione era stata ottimizzata a livello europeo da Legrand, ciò comportava riorganizzare la produzione tra gli stabilimenti ceduti e quelli che sarebbero invece restati al gruppo Schneider/Legrand. Secondo le parti, il costo di questa riorganizzazione sarebbe stato di [...] e avrebbe richiesto più di [...]*. A ciò si aggiungeva il progetto di riorganizzazione delle unità di produzione [...] che non realizzano soltanto i prodotti coinvolti. Secondo le parti, detta riorganizzazione [...]*.
793. D'altro canto, le unità di produzione cedute avrebbero dovuto continuare a rifornire in maniera sostanziale il gruppo Schneider/Legrand affinché potesse continuare a vendere i prodotti in questione sui mercati su cui avrebbe conservato i diritti di commercializzazione (in Europa e fuori dall'Europa). Il [20-60]*% della produzione di queste unità avrebbe dovuto essere venduto a Schneider/Legrand. La redditività di questi stabilimenti sarebbe largamente dipesa, pertanto, dalle vendite a Schneider/Legrand. Viceversa, l'acquirente dell'entità proposta avrebbe dovuto continuare a rifornirsi presso gli stabilimenti mantenuti da Schneider/Legrand (in particolare un impianto a Napoli) prima del trasferimento e dello scambio di alcune linee di produzione tra queste diverse unità di produzione.
794. Infine, le parti proponevano una cessione indipendente della società Baco che possiede un'unità di produzione che avrebbe dovuto rifornire (con interruttori differenziali) l'acquirente delle attività Legrand Puissance-BTicino Puissance-Legrand Lexic, e concedere anche componenti affinché uno degli stabilimenti ceduti potesse continuare a produrre interruttori differenziali. Il rispetto degli impegni su questo punto dipendeva pertanto dalla buona volontà di un terzo.

795. Per quanto riguarda la proposta in Italia per i quadri terminali, i terzi interpellati hanno, a grande maggioranza, espresso seri dubbi sulla qualità intrinseca di questa offerta. Innanzitutto, è chiaro che, a parte i marchi Sarel e Saip, questo impegno era ben al di qua della proposta, ancora insufficiente, relativa agli altri mercati di quadri descritti in precedenza. Questa proposta sollevava pertanto gli stessi dubbi esposti sopra con ostacoli aggiuntivi.
796. Occorre, sottolineare che Schneider/Legrand sarebbe rimasta presente con il marchio Merlin Gerin sui mercati dei sottoquadri in Italia. Oltre alla confusione di immagine del marchio e alla necessità di coordinare le strategie di marketing su mercati estremamente vicini, i sottoquadri rappresentano il 78% delle vendite di prodotti della gamma Multi 9. La vendita di questi prodotti (interruttori miniaturizzati) era commercialmente “trainata” dalla vendita degli interruttori scatolati (rimasti di Merlin Gérin), per cui una parte preponderante delle vendite dell’acquirente sarebbe stata totalmente dipendente dal gruppo Schneider/Legrand.
797. Gli ostacoli aggiuntivi riguardano altresì l’assenza di capacità di produzione ceduta e l’assenza di cessione di diritti di proprietà intellettuale e industriale. Schneider avrebbe continuato a vendere fuori dall’Italia prodotti identici con il marchio Merlin Gerin e il nome della gamma Multi 9 e sarebbe stata completamente libera di sviluppare questi prodotti a suo piacimento, senza prendere in considerazione le esigenze particolari dell’acquirente. Inoltre, la portata della clausola di non concorrenza non escludeva chiaramente eventuali ulteriori sviluppi dei prodotti ceduti, il che avrebbe potuto permettere un reingresso ancora più rapido sul mercato. Ne sarebbe risultato che chi avesse rilevato l’unità sarebbe diventato in qualche maniera un rivenditore dei prodotti Schneider sulla cui produzione o tecnologia non avrebbe avuto alcun controllo. Se avesse voluto affermarsi in maniera duratura e indipendente sul mercato, l’acquirente avrebbe quindi dovuto produrre direttamente i suoi quadri. Poiché le barriere all’ingresso erano troppo significative, avrebbe potuto quindi trattarsi soltanto di un operatore già presente sul mercato. Un operatore di questo tipo avrebbe quindi dovuto in un breve lasso di tempo procedere a (i) cambiare il marchio, (ii) adeguare le capacità di produzione destinate al mercato italiano, nonché (iii) a convincere il mercato che il cambiamento di marchio e tecnologia non metteva in discussione l’affidabilità e la qualità dei suoi prodotti.
798. Inoltre, le proposte relative a Sarel e Saip sollevavano problemi particolari. Il marchio Sarel, che commercializza in effetti prodotti Multi 9, sarebbe stato oggetto di una ripartizione tra chi acquisiva queste attività e, chi rilevava il settore “prese e interruttori” in Francia e Schneider/Legrand per le attività di armadi universali (cfr. *infra*), il che avrebbe creato una incertezza in merito al valore di questo marchio. Il marchio Saip non esiste per quanto riguarda i quadri terminali, se non per le cassette. Risulta d’altro canto che il marchio Saip sia utilizzato su altri mercati di prodotti a bassa tensione in Italia. Le parti proponevano di cedere strumenti di produzione senza cedere contemporaneamente uno stabilimento, operazione, questa, che avrebbe aggiunto ulteriori incertezze legate alla necessità di ricreare un’unità di produzione.
799. Sul piano dell’accesso al mercato, la proposta iniziale delle parti suscitava una serie di incertezze.
800. Innanzitutto, mentre l’insieme dei mercati in questione presenta un grado importante di fedeltà al marchio, la proposta di impegno non includeva la cessione di marchi, ma piuttosto la cessione di nomi di gamme con la possibilità di applicare per un periodo limitato il marchio Legrand sui prodotti venduti. L’acquirente di queste attività avrebbe

dunque dovuto non solo superare l'incertezza tecnica (con tempi e costi associati) di modificare la struttura industriale ceduta, ma anche assumersi i costi sostanziali legati al cambiamento del marchio dei suoi prodotti, cercando al contempo di assicurare il mercato in merito al fatto che tutti questi cambiamenti simultanei non avrebbero inficiato la qualità e l'affidabilità della sua offerta. L'indagine della Commissione ha confermato l'inconveniente di non poter beneficiare fin dall'inizio di un proprio marchio e ha evidenziato che l'acquirente ha bisogno di un periodo lungo (dell'ordine di sette anni) per riuscire appieno nella sostituzione del marchio proposto. Parallelamente, l'indagine della Commissione dimostra che l'acquirente avrebbe dovuto essere tutelato da clausole che prevedono il non-ingresso sui mercati in questione con il marchio iniziale per una durata superiore a 10 anni.

801. Inoltre, la proposta delle parti era inadeguata a causa dell'accentramento di talune funzioni (come la vendita, il marketing e la logistica) all'interno del gruppo Legrand. La proposta iniziale di impegni non verteva, infatti, sulle funzioni di marketing e di logistica e includeva un numero molto limitato di forze di vendita [...]*. Non vi figuravano proposte precise per le forze di vendita Legrand Lexic al di fuori della Francia. Questi dati includono collaboratori "esclusivamente destinati alle vendite" e collaboratori incaricati solo in parte delle vendite. I criteri di selezione non erano precisati. Poiché questa proposta non riguardava tutti i venditori, Legrand e Schneider avrebbero conservato un contatto con i clienti. Questo contatto sarebbe stato ancora più forte sui mercati su cui Legrand vende anche prodotti ultra terminali (prese eccetera) e detiene posizioni importanti. L'entità risultante dalla fusione sarebbe pertanto stata in grado di riorientare i suoi clienti verso l'offerta di quadri residuale del gruppo Schneider/Legrand. Per quanto riguarda le funzioni centrali (e i sistemi di informazione collegati), l'indagine della Commissione ha dimostrato che un trasferimento di queste funzioni è fattibile, ma che comporta rischi significativi.
802. Infine, le parti proponevano di trasferire i contratti di vendita con i grossisti. L'indagine della Commissione ha sollevato dubbi circa la capacità degli acquirenti di beneficiare di un accesso sufficiente ai grossisti (ovvero in misura equivalente a quella delle unità cedute in precedenza). Le parti offrono sconti [...]*. Secondo le parti, questi sconti sarebbero dell'ordine del [0-10]*%. Non è affatto certo che l'acquirente sarebbe stato in grado di applicare sconti di questo genere, poiché le sue dimensioni relative sarebbero state molto inferiori rispetto a quelle del gruppo Schneider/Legrand. Se non fossero state offerte condizioni simili, i grossisti avrebbero allora potuto scegliere di prorogare le condizioni preferenziali di offerta di cui già godono Schneider e Legrand. Occorre notare che ciò non implica necessariamente l'esclusione dell'acquirente, ma sollevava piuttosto dubbi sulla sua capacità di ripristinare condizioni di concorrenza equivalenti a quelle di cui disponeva l'unità ceduta quando dipendeva da Schneider o da Legrand.
803. Questo problema diventava particolarmente acuto in Francia. In effetti, Schneider godeva già di una posizione dominante sui mercati di quadri (con quote dell'ordine del [40-70]*% sui mercati dei sottoquadri e dell'ordine del [40-70]*% sui mercati dei quadri terminali) e Legrand aveva già una posizione dominante sulla maggior parte degli altri mercati di materiali a bassa tensione (con una quota, per esempio, del [70-100]*% sul mercato delle prese e degli interruttori). Come spiegato nella comunicazione delle obiezioni (occorre notare che le parti non hanno contestato questa conclusione), la combinazione di queste due imprese porta a una posizione dominante nei confronti dei grossisti (fra [30-60]*% degli acquisti totali dei grossisti) in Francia. Gli impegni proposti avrebbero di certo avuto un impatto negativo su questa posizione combinata nei confronti dei grossisti. Ciononostante, la nuova entità avrebbe mantenuto la posizione dominante sulla maggior parte dei mercati in questione e avrebbe conservato la sua

posizione dominante. Poiché è un partner imprescindibile dei grossisti, il gruppo Schneider/Legrand sarebbe stato allora in grado di controllare l'accesso ai grossisti dell'acquirente delle attività Legrand Puissance-BTicino Puissance-Legrand Lexic, per esempio assicurandosi che questo accesso non gli permettesse di esercitare una pressione concorrenziale attiva, equivalente a quella esercitata da Legrand in precedenza.

804. Concludendo, per quanto riguarda le proposte di impegni relative ai mercati dei sottoquadri e dei loro componenti in Francia e in Italia e i mercati dei quadri terminali e dei loro componenti in Danimarca, Spagna, Francia, Italia e Portogallo, la proposta delle parti assomigliava più a una commistione di attività derivate da suddivisioni poco chiare del loro gruppo di origine e la cui capacità di esistere in modo autonomo in quanto forza concorrenziale atta a ripristinare le condizioni iniziali di concorrenza sollevava seri dubbi.

Le proposte alternative di impegni depositate il 24 settembre

805. In risposta ai seri dubbi espressi dalla Commissione in merito all'effetto degli impegni iniziali, la parte notificante ha proposto di cedere [...]*. Detta proposta è accompagnata dalla cessione temporanea del marchio [...]* in tutta Europa e dalla vendita di un'ulteriore unità di produzione [...]* e di trasferimenti supplementari di unità di produzione [...]*. In altre parole, le parti propongono di cedere [...]*.

806. Detta proposta ha il merito di sopprimere in maniera chiara [...]* la sovrapposizione di attività sull'insieme dei mercati su cui l'operazione notificata porta alla creazione o al rafforzamento di posizioni dominanti. Ciononostante, non contribuisce a fugare determinati dubbi e a eliminare rischi legati all'assenza di autonomia e di piena autosufficienza dell'entità proposta.

807. Innanzitutto, questa proposta alternativa solleva le stesse questioni di esaustività e di separazione del [...]* delle proposte iniziali. Come esposto sopra, alcune funzioni centrali (marketing, assistenza commerciale, rapporti con i distributori, logistica eccetera) non sarebbero trasmesse nella loro interezza. Inoltre, al pari di quanto illustrato in precedenza a proposito della proposta iniziale, la proposta alternativa non copre l'insieme dei punti vendita in questione e i problemi legati alla ripartizione del marchio permangono.

808. Inoltre, la proposta alternativa impone trasferimenti di attività fra stabilimenti. Per esempio, [...]*. Del pari, le linee di produzione [...]* sarebbero trasferite all'unità di produzione di [...]*. Infine, come in precedenza, [...]* sarebbero raggruppati [...]* in una o due unità. Questi spostamenti sollevano dubbi in merito alla continuità delle operazioni in questione, da un lato, a causa delle incertezze industriali inerenti a detti trasferimenti e, dall'altro, a causa delle perdite in termini di know how [...]*. Inoltre, la Commissione non è in grado di valutare se le unità ricettrici siano in grado di accogliere in maniera competitiva (spazi disponibili, costi di produzione, disponibilità di forniture eccetera) le nuove attività in questione.

809. Infine, la proposta alternativa è limitata all'Europa, mentre i siti industriali interessati realizzano una parte [...]* del loro fatturato grazie ad esportazioni al di fuori dell'Europa. Secondo gli impegni proposti, queste vendite al di fuori dell'Europa continueranno a essere realizzate dal gruppo Schneider/Legrand. Le parti hanno pertanto attirato l'attenzione della Commissione sul fatto che, su un totale di vendite di [300-500]* milioni di EUR, l'entità proposta registra attualmente un fatturato di [50-250]* milioni di EUR al di fuori dell'Europa, il che implica che il totale delle unità di

produzione proposte per una cessione continuerebbe a fornire in media circa un quarto della produzione attuale al gruppo Schneider/Legrand. Questa dipendenza è per esempio particolarmente evidente per lo stabilimento di [...]*, della cui produzione più del [40-70]*% sarebbe venduto fuori dall'Europa. Per risolvere questo problema, le parti propongono [...]*. In entrambi i casi, l'effetto sarebbe di limitare immediatamente o a termine la produzione delle unità in questione e di aumentare pertanto i loro costi unitari. Un simile aumento dei costi unitari nuocerebbe alla loro competitività in termini di margini. Gli effetti di una perdita di competitività delle unità di produzione dell'entità ceduta sarebbero diversi a seconda del paese. Per esempio, sui mercati francesi, in cui Schneider è già dominante, l'impatto sarebbe tutt'altro che modesto, mentre sui mercati italiani per i quadri terminali la portata delle quote di mercato disinvestite potrebbe assorbire una siffatta perdita di competitività.

810. Oltre ai problemi ricordati sopra, la proposta alternativa non risolve le difficoltà individuate e relative all'accesso al mercato, in particolare in Francia. Le condizioni di accesso al mercato di cui beneficiava Legrand prima dell'operazione di concentrazione non erano soltanto legate alla sua posizione nel settore dei quadri (relativamente modesta rispetto a Schneider, soprattutto per i sottoquadri), ma anche alla sua forza notevole sui mercati delle apparecchiature ultraterminali (prese, interruttori eccetera). L'indagine della Commissione ha stabilito che nessun altro operatore sul mercato è in grado di offrire ai grossisti condizioni equiparabili a quelle di Legrand (che domina per le apparecchiature situate a valle del quadro terminale di distribuzione) e di Schneider (che domina per i quadri). Ne deriva che l'acquirente dell'attività non avrebbe potuto beneficiare delle condizioni concesse dai grossisti [...]* per i prodotti in questione, il che (secondo l'indagine della Commissione) avrebbe potuto pregiudicare significativamente la sua competitività. Questo rischio sarebbe stato ancora più elevato quando, realizzata la concentrazione, l'acquirente avrebbe ormai dovuto affrontare un'entità che combinava le forze di Schneider e Legrand.
811. In Francia, la Commissione ha concluso che l'operazione di concentrazione porterebbe a un rafforzamento della posizione dominante di Schneider sui mercati dei sottoquadri e dei quadri terminali. Come esposto nell'analisi di cui sopra nelle sezioni relative all'analisi sotto il profilo della concorrenza dell'operazione proposta, detto rafforzamento derivava in particolare da due fattori: il sommarsi delle quote di mercato di Legrand a quelle di Schneider (elemento, questo, che sarebbe stato eliminato nell'ambito della proposta alternativa) e il rafforzamento della posizione di Schneider rispetto ai distributori di apparecchiature elettriche, imputabile al sommarsi delle vendite e della posizione dominante di Legrand nel settore delle apparecchiature a valle del quadro terminale di distribuzione. Come esposto in precedenza, l'acquirente dell'attività proposta sarà ben lungi dal poter riprodurre la pressione concorrenziale che esercitava Legrand su Schneider (tanto più nei confronti dell'entità combinata Schneider/Legrand). In queste condizioni, gli impegni proposti non eliminano gli effetti anticoncorrenziali dell'operazione su questi mercati.
812. In conclusione, la proposta alternativa della parte notificante non elimina tutti i rischi sollevati dalla proposta iniziale (visto che alcuni di questi rischi possono, da soli, rimettere in discussione l'efficacia della misura correttiva) e non risolve le obiezioni espresse riguardo ai mercati dei quadri e dei rispettivi componenti in Francia. Ad ogni modo, questa proposta non permette alla Commissione di pronunciarsi sulla sua ricevibilità senza avviare una nuova indagine (esclusa in questa fase del procedimento).

I mercati francese e portoghese degli interruttori di collegamento

813. La proposta iniziale di impegni consiste nel cedere la totalità dell'impresa Baco, ivi compresa la totalità dei suoi attivi materiali e immateriali, il personale e i contratti di vendita. Baco è anche attiva nei settori degli interruttori differenziali e degli ausiliari di comando e segnalazione. I suoi prodotti sono commercializzati con i marchi Baco e Legrand. La produzione avviene in uno stabilimento in Strasburgo.
814. L'impegno proposto elimina la sovrapposizione concorrenziale con il gruppo Schneider sui mercati degli interruttori di collegamento. Inoltre, Baco è un'impresa in piena attività, il cui funzionamento risulta autonomo. Tuttavia, come già indicato sopra, una parte della produzione di Baco è interdipendente dalle altre attività di Legrand nel settore dei quadri. In particolare, sembra che un quarto del fatturato di Baco sia il risultato del subappalto per il resto del gruppo Legrand. L'indagine della Commissione ha quindi evidenziato che la vendita di Baco doveva essere associata a quella delle attività del settore dei quadri di Legrand. Ha altresì indicato che, con questa riserva, la proposta delle parti permetteva di risolvere le difficoltà di concorrenza sui mercati francese e portoghese degli interruttori di collegamento.
815. La proposta alternativa delle parti prevede l'interruzione delle forniture di Baco al resto di Legrand sotto [...] e lascia aperta la possibilità di una cessione legata a [...]*. Resta fermo che la proposta di vendita di Baco deve essere associata alla vendita delle altre attività del settore quadri e, per tale ragione, questa proposta non è accettabile allo stato attuale delle cose.

Il mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione

816. La proposta di impegno consiste nella cessione di Baco. L'impegno proposto elimina la sovrapposizione concorrenziale con il gruppo Schneider sul mercato francese degli ausiliari di comando e segnalazione. I commenti espressi sopra a proposito di Baco restano validi.

Il mercato francese delle prese e degli interruttori

Gli impegni proposti inizialmente erano insufficienti

817. La proposta iniziale di impegni consisteva nella cessione delle imprese Alombard e Scanelec, entrambe controllate del gruppo Schneider. Alombard è specializzata nella produzione di prese e interruttori, ma sviluppa anche attività sul mercato dei materiali di fissaggio e derivazione. Alombard dispone di un proprio stabilimento di produzione e di una divisione di ricerca e sviluppo a Orléans. La proposta di impegno verteva sulla totalità degli attivi materiali e immateriali di Alombard. L'attività di Scanelec consiste nella commercializzazione delle apparecchiature a valle del quadro terminale di distribuzione nei grandi centri commerciali. La proposta di impegno riguardava la totalità degli attivi materiali e immateriali di Scanelec.
818. L'indagine della Commissione emerge che questa proposta non sarebbe stata in grado di ripristinare una concorrenza effettiva sui mercati in questione.
819. In primo luogo, risulta che, fra le gamme offerte da Alombard, quelle che le appartengono siano considerate come obsolete dal mercato. Le altre gamme sono state sviluppate da altre unità del gruppo Schneider (che non saranno trasferite).

820. Inoltre, queste proposte di cessione creavano problemi importanti di autonomia delle due entità in questione a causa della loro attuale integrazione nel gruppo Schneider. Alombard si rifornisce per la maggior parte dei suoi componenti presso altre società del gruppo Schneider. A meno che non rimanesse dipendente da Schneider/Legrand, l'acquirente avrebbe pertanto dovuto lanciare nuove linee di prodotti per includere Alombard al suo interno, operazione, questa, che avrebbe richiesto da uno a due anni di tempo e investimenti importanti. Inoltre, i punti vendita e talune funzioni centrali di Alombard sono [...]*. Un acquirente avrebbe dunque dovuto anche ripristinare i punti vendita e sostituire le sue funzioni centrali.
821. Scanalec si rifornisce esclusivamente dal gruppo Schneider, offre prodotti con marchi di Schneider e [...]* del suo personale ha un contratto direttamente con Schneider. È difficile immaginare che questa impresa avrebbe potuto sopravvivere senza dipendere da Schneider per un periodo di tempo sostanziale. Ora, la vendita di Scanalec è indissociabile da quella di Alombard poiché rappresentano l'una il [10-30]*% dell'attività dell'altra. L'indagine della Commissione ha confermato questa analisi.
822. Infine, risulta che Alombard e Scanelec rappresentino soltanto una quota modesta del mercato francese di prese e interruttori (circa [0-10]*%), contro il [80-100]*% circa per l'entità risultante dalla fusione. Data la posizione dominante di Schneider/Legrand nei confronti dei grossisti francesi su tutti i mercati di prodotti elettrici a bassa tensione, era molto improbabile che l'entità ceduta potesse esercitare una pressione concorrenziale equiparabile a quella esercitata dal gruppo Schneider (quest'ultimo poteva infatti basarsi sulla sua forza nel settore dei quadri elettrici per incoraggiare i grossisti a vendere le sue prese).
823. In conclusione, la proposta di impegno relativa alla cessione di Scanalec e Alombard non sarebbe stata in grado di ripristinare le condizioni di concorrenza iniziali.

Le proposte alternative di impegni depositate il 24 settembre

824. Gli impegni alternativi consistono [...]*. Secondo le indicazioni fornite alla Commissione, [...]*.
825. La proposta alternativa avrebbe quindi per effetto quello di eliminare qualcosa di più che la sovrapposizione concorrenziale esistente fra Schneider e Legrand. Tuttavia, solleva due questioni importanti.
826. In primo luogo, sorge la questione della competitività [...]*. In particolare, risulta che [...]* realizzi una percentuale significativa (20-30%) del suo fatturato con le forniture di componenti ad altri settori [...]*. Le parti propongono di separare questa attività di fornitura prima delle dismissioni [...]*, ma esistono dubbi in merito all'impatto di questa separazione sulla sua redditività [...]* e sulla competitività della sua offerta. L'analisi precisa di questi punti richiederebbe una nuova indagine.
827. Inoltre, prima dell'operazione, Legrand aveva una posizione dominante sul mercato francese di prese e interruttori (con una quota totale di [80-90]*% [...]*). Il suo principale concorrente era Alombard ([0-10]*%), che beneficiava di una dipendenza dal gruppo Schneider (sia in termini di prodotti, attraverso Lixel, sia in termini di accesso ai grossisti). Dopo l'operazione e la realizzazione dell'impegno, la situazione sarà [...]*. Sembra improbabile che la nuova entità sia in grado di conservare queste quote di mercato. Innanzitutto, Schneider mirava, nei suoi documenti interni, a una quota di mercato dell'ordine del [10-20]*% per [...]*. L'effetto sulla concentrazione è di

eliminare questa dinamica. In seguito, il gruppo Schneider/Legrand potrà esercitare lo stesso effetto di differenziazione di marchi [...] di quello esercitato in precedenza sul mercato e attestarsi [...]. Così, tenuto conto della portata della posizione dominante di Legrand prima dell'operazione e visto che l'entità risultante dalla fusione continuerà a beneficiare di due marchi principali (Legrand e [...]) e assumerà un ruolo imprescindibile per i grossisti, la questione centrale è quindi sapere se la cessione [...] permetta di ripristinare una situazione equiparabile a quella che esisteva prima dell'operazione di concentrazione.

828. La Commissione ritiene che, [...], non sarebbe il caso di specie. Da un lato, come indicato per i quadri terminali, non è certo che l'acquirente potrebbe beneficiare di condizioni di accesso ai distributori equiparabili a quelle di cui beneficiava [...]. Questo fenomeno sarebbe tanto più importante quando, una volta realizzata l'operazione, le forze di Legrand saranno sommate a quelle di Schneider. Questo fenomeno potrebbe interessare significativamente la forza concorrenziale che potrebbe esercitare [...] dopo l'operazione. E, dall'altro, [...] si troverà di fronte all'entità risultante dalla fusione, che disporrà di una gamma di prodotti di apparecchiature almeno paragonabile alla sua e che beneficerà della combinazione di due marchi (Legrand e [...]), il che potrebbe permettere alla nuova entità di avviare azioni specifiche contro [...].

829. In conclusione, la Commissione nutre seri dubbi in merito alla capacità della proposta alternativa di riprodurre la pressione concorrenziale che esisteva prima dell'operazione di concentrazione e di eliminare gli effetti anticoncorrenziali dell'operazione su questo mercato. Ad ogni modo, la Commissione non può accogliere questa nuova proposta senza avviare una nuova indagine (esclusa in questa fase del procedimento).

Il mercato greco delle prese e degli interruttori

Gli impegni proposti inizialmente erano insufficienti

830. La proposta iniziale di impegni consisteva nel trasferire ad Alombard (cfr. punti precedenti) il contratto di distribuzione esclusiva concluso da Elko, controllata del gruppo Schneider, con l'impresa greca terza [...] per l'importazione di prese e interruttori in Grecia.

831. Dall'indagine della Commissione emerge che la fattibilità reale di questo trasferimento è incerta sul piano giuridico e sul piano tecnico e commerciale. Infatti, lo standard di presa e interruttore utilizzato in Grecia (Schuko) è diverso da quello usato in Francia (franco-belga), dove Alombard realizza la quasi totalità delle sue vendite. Inoltre, il marchio Alombard è attualmente sconosciuto in Grecia e i terzi interpellati hanno espresso serie preoccupazioni in merito alla sua capacità di ripristinare la concorrenza che era offerta in precedenza da Elko. Infine, niente indica che l'importatore greco sia d'accordo con una simile acquisizione.

Le proposte alternative di impegni depositate il 24 settembre

832. La proposta alternativa consiste in [...] e nel dare la possibilità a [...] di utilizzare il marchio [...] per la Grecia. Tuttavia, questa proposta solleva le stesse incertezze dell'offerta iniziale. In particolare, [...]. Non è affatto scontato che chi rileva le attività [...] desideri investire in una linea di produzione di prese Schuko per cui potrebbe delinearsi solo uno sbocco modesto (in Grecia).

833. La Commissione ritiene pertanto che questi impegni non risolvano le difficoltà di concorrenza individuate sul mercato greco delle prese e degli interruttori. Ad ogni modo, la Commissione non può accogliere questa nuova proposta senza avviare una nuova indagine (esclusa in questa fase del procedimento).

Il mercato francese delle apparecchiature stagne

834. La proposta di impegno consiste nella cessione dell'attività "prodotti di installazione" di Sarel. Sarel dispone di un'attività di produzione di rivestimenti per automatismi industriali e di un'attività di produzione di articoli "da installazione" (prese e interruttori stagni e materiale di fissaggio e di derivazione). [...]*

835. La proposta di impegno prevede la cessione di tutti gli attivi materiali e immateriali di Sarel legati all'attività "prodotti di installazione" di Sarel, nonché la cessione del marchio "Sarel" per questa categoria di prodotti. Occorre notare che l'entità risultante dalla concentrazione conserverà il settore dei rivestimenti di Sarel e la proprietà di un marchio "Sarel Enveloppes".

836. La quota "prodotti di installazione" di Sarel rappresenta [...] del fatturato di Schneider sul mercato francese delle apparecchiature stagne. La proposta di impegno risolve pertanto tutto il problema della sovrapposizione di concorrenza su questo mercato.

837. L'indagine della Commissione ha fornito risultati modesti in merito alla ripartizione del marchio Sarel e di questa attività (separazione delle unità di produzione e più in generale delle attività dei rivestimenti universali, che restano all'interno di Schneider, e delle apparecchiature che invece vengono trasferite). Ad ogni modo, questa proposta suscita le stesse difficoltà di quelle relative ai quadri in Francia o alle prese e interruttori riguardo alla capacità dell'acquirente di ripristinare le condizioni di concorrenza ex ante.

Il mercato spagnolo delle apparecchiature stagne

838. La proposta di impegno (che non è stata modificata) consiste nella cessione all'attività "prodotti di installazione" fabbricati da Sarel (che sarà anch'essa ceduta – cfr. *supra*) del marchio Estanca 55, utilizzato in Spagna da Eunea Merlin Gerin, controllata di Schneider, per la vendita delle apparecchiature stagne. È opportuno anche notare che Eunea Merlin Gerin rappresenta la totalità dell'attività di Schneider sul mercato rilevante.

839. La proposta di impegno copre soltanto la realizzazione di prodotti e il nome della gamma in questione (Estanca 55), con cui questi prodotti sono venduti in Spagna. Per contro, non copre né la cessione di esercizi commerciali (punti vendita non precisati e che non sembrano [...]*) né il marchio ombrello (Eunea Merlin Gerin), che potrà dunque essere riutilizzato dall'entità risultante dalla fusione per la vendita di una nuova offerta di prodotti provenienti da Legrand. L'indagine mostra chiaramente che, senza appoggiarsi a un gruppo che disponga di un peso paragonabile a quello di Schneider in Spagna, questa gamma di prodotti non sarà in grado di ottenere un accesso alla distribuzione competitivo.

Il mercato francese dei materiali di derivazione e di fissaggio

840. La proposta di impegno consiste nella cessione separata di [...] e dell'attività "prodotti di installazione" di Sarel. Queste cessioni eliminano la totalità della sovrapposizione di concorrenza sul mercato francese dei materiali di derivazione e fissaggio, su cui Legrand gode di una posizione dominante. Per questa proposta di impegno valgono le

osservazioni già citate in precedenza in merito al mercato francese delle prese e degli interruttori.

Il mercato francese dei sistemi di illuminazione di sicurezza

841. La proposta di impegno consiste nella cessione dell'attività relativa ai sistemi di illuminazione di sicurezza di Schneider all'entità che rileverà le attività "prodotti di installazione" di Sarel (che è oggetto di una proposta di impegno – cfr. *supra*). È opportuno notare che Schneider non dispone di alcuna unità di produzione per questo tipo di articoli, ma che li acquista presso un terzo. Il contratto di fornitura sarebbe anch'esso trasferito all'acquirente. I sistemi di illuminazione di sicurezza sono venduti da Schneider con il marchio Merlin Gerin. Attualmente, il marchio Sarel non è utilizzato per commercializzare questo tipo di prodotti.
842. Inoltre, le parti propongono di cedere gli esercizi commerciali Lumatic, compreso il marchio Lumatic, all'acquirente dell'attività "prodotti di installazione" di Sarel. Lumatic era un'impresa indipendente che vendeva i suoi prodotti con questo marchio, che fa ormai parte di una controllata di Legrand, URA/Lumatic, specializzata nei sistemi di illuminazione di sicurezza. L'eliminazione nel corso del 2001 del marchio Lumatic, a vantaggio del marchio URA, è stata tuttavia decisa dal gruppo Legrand fin dal 2000.
843. L'indagine sulla proposta iniziale mostra che la sostituzione del marchio Merlin Gerin con i marchi Sarel (inesistente su questo mercato) e/o Lumatic (quasi scomparsa) non permette di ripristinare le condizioni di concorrenza iniziali su questo mercato (su cui Legrand occupa una posizione dominante con una quota di mercato superiore al [40-60]*%).
844. Nelle proposte alternative di impegni, la parte notificante propone di affidare a [...] il compito di commercializzare i blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza, attualmente venduti da Merlin Gerin. [...]*, la Commissione nutre seri dubbi in merito alla proposta. Infatti, le questioni di accesso alla distribuzione e di capacità di ripristino delle condizioni di concorrenza effettive sono identiche a quelle esposte per gli altri mercati di apparecchiature e di quadri in Francia. Inoltre, una misura correttiva di questo tipo non fornirebbe alcuna garanzia di incentivo a sviluppare la concorrenza sul mercato in questione per l'acquirente [...]*. Ad ogni modo, la Commissione non è in grado di accogliere questa proposta senza avviare una nuova indagine (esclusa in questa fase del procedimento).

Il mercato francese dei trasformatori a bassa tensione

845. La proposta di impegno comporta un'alternativa. In primo luogo, le parti propongono di trasferire gli esercizi commerciali dell'attività dei trasformatori a bassa tensione di Schneider al suo attuale fornitore, Murelektronic. È opportuno notare che Schneider commercializza questi prodotti con il marchio Télémécanique. L'impegno proposto consiste quindi nel conservare i prodotti di Murelektronic che sono già presenti nel catalogo commerciale Télémécanique, ma di venderli con il marchio Murelektronic.
846. In alternativa, la parte notificante propone di trasferire a Baco (che è oggetto di una proposta di impegno – cfr. *supra*) il contratto di fornitura che vincola Schneider a Murelektronic.
847. L'aumento del potere di mercato non sarebbe eliminato dalla prima di questa alternative. Viceversa, sebbene il trasferimento a Baco del contratto di distribuzione abbia il

vantaggio di eliminare l'aumento di quote di mercato, esso richiede ciononostante il lancio di un nuovo marchio, il che solleva incertezze in merito alla redditività e alla capacità concorrenziale degli impegni proposti. Del pari, è opportuno interrogarsi in merito alla capacità di Murelektronic di agire indipendentemente da Schneider, che vende la maggior parte della sua offerta, sapendo che, come hanno riconosciuto le parti stesse, questa società scomparirebbe se Schneider cessasse di distribuirla. Inoltre, una simile misura correttiva non fornirebbe alcuna garanzia di incentivo a sviluppare la concorrenza sul mercato in questione per l'acquirente di Baco.

Il mercato britannico dei supporti per cavi

848. La proposta di impegno consiste, nell'ambito della rottura del contratto di vendita per la fornitura dei prodotti Cablofil di Métal Déployé a Mita, nel trasferire all'impresa Métal Déployé gli esercizi commerciali e le forze vendita di MITA, controllata di Schneider, interessati dalla vendita di questi prodotti. Inoltre, la parte notificante si impegna a non riprendere la commercializzazione di questa categoria di prodotti per un periodo di 5 anni. Occorre notare che la vendita dei prodotti Cablofil rappresenta circa il [50-70]*% del fatturato di Schneider sul mercato in questione.
849. Considerate le posizioni generalmente modeste di Schneider e Legrand nel Regno Unito, è probabile che la riduzione della quota di mercato che ne deriva, accompagnata da una clausola di non concorrenza, potrebbe risolvere il problema di concorrenza.

C. Conclusione

850. L'indagine ha chiaramente dimostrato il carattere insufficiente della proposta iniziale, sia per gli aspetti di autonomia e di pieno esercizio delle unità proposte sia per i rischi che gravano sull'accesso al mercato delle entità dismesse. Le proposte alternative di impegni delle parti risolvano solo molto parzialmente i rischi sollevati dalla proposta iniziale. Non possono pertanto essere accolte allo stato attuale delle cose. In effetti, le proposte alternative di impegno (i) continuano evidentemente a essere insufficienti su taluni mercati come quello di prese e interruttori in Grecia, delle prese stagne in Spagna, dei trasformatori a bassa tensione in Francia e dei sistemi di illuminazione di sicurezza (o blocchi autonomi d'illuminazione di sicurezza) in Francia, (ii) sollevano numerosi e seri dubbi quanto alla redditività delle entità dismesse e (iii) lasciano persistere seri dubbi quanto alla capacità delle entità in questione di conservare la loro posizione attuale e di ripristinare le condizioni di una effettiva concorrenza sui mercati interessati. Questi due ultimi punti si applicano a tutti i mercati rilevanti, eccezion fatta per il mercato della vendita dei supporti per cavi nel Regno Unito. Inoltre, per quanto riguarda i nuovi impegni contenuti nelle proposte alternative di impegni (come, per esempio, in particolare quelli relativi ai quadri e alle prese e interruttori standard), la Commissione non può, ad ogni modo, accogliere dette proposte senza prima avviare una nuova indagine, che è esclusa dal punto 43 della comunicazione della Commissione concernente le misure correttive.

VII. CONCLUSIONE GENERALE

851. Per le ragioni suesposte, la concentrazione notificata creerà o rafforzerà posizioni dominanti, avendo l'effetto di ostacolare in modo significativo una concorrenza effettiva. Gli impegni proposti non permettono alla Commissione di concludere che questi ultimi rendano la concentrazione compatibile con il mercato comune e con il funzionamento

dell'accordo SEE. La Commissione conclude pertanto che la concentrazione notificata è incompatibile con il mercato comune e con il funzionamento dell'accordo SEE.

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

L'operazione di concentrazione notificata alla Commissione da Schneider il 16 febbraio 2001, relativa all'acquisizione da parte di Schneider del controllo esclusivo dell'impresa Legrand, è incompatibile con il mercato comune e con il funzionamento dell'Accordo SEE.

Articolo 2

È destinataria della presente decisione:

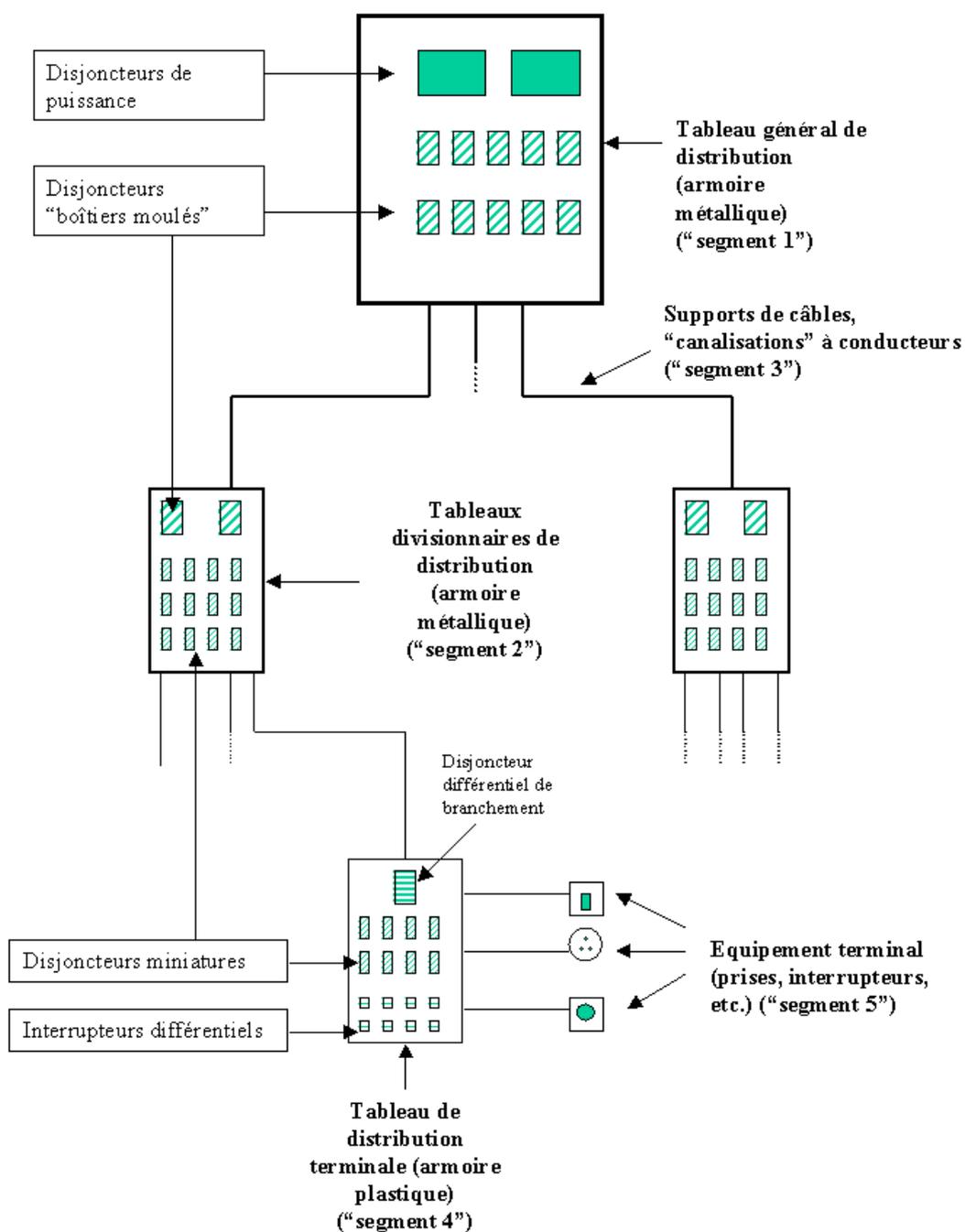
SCHNEIDER ELECTRIC S.A.
43-45, boulevard Franklin Roosevelt
92500 RUEIL-MALMAISON
FRANCIA

Per la Commissione

(firma)

ALLEGATO 1

Schema generale: apparecchiature di distribuzione elettrica



ALLEGATO 2

MARCHI DETENUTI DALLE PARTI

SCHNEIDER		LEGRAND	
Marca	Territori	Marca	Territori
Alombard	F	Arnould	F
Boige&Vignal	F	BTicino	F-SP-P-D-B-A-F-NL
Dalcotech	DK	Legrand	Tutti i paesi
Eljo	S	Ortronics	I-UK-F
Elko	S-FIN-GR	Planet-Watthom	F-NL-A-DK-S-FIN-D
Elsol	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 (con il marchio Jo)	URA	F-SP-B-S
Lexel	S-FIN-DK	Wiremold	UK
LK	DK		
May&Steffen	D		
Merlin-Gerin	Tutti i paesi		
Mita	UK-B-IR		
Multisignal	S		
Normabarre	F-I		
Sarel	F-I-A-B		
Schyller	Tutti i paesi tranne il Lussemburgo		
Square D	UK		
Stago	NL-B		
Strömfors	FIN-D-S-DK		
Télémeccanique	Tutti i paesi		
Telesafe	S-D-NL		

Thorsman	S-FIN-DK-UK-IR-D-NL-B		
Wibe	S-FIN-DK-UK-B-A-P		