



Brussel, 10.10.2001 *

SG (2001) D/291745

BESCHIKKING VAN DE COMMISSIE

van 10.10.2001

waarbij een concentratie onverenigbaar wordt verklaard met de gemeenschappelijke markt

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

Verordening (EEG) van de Raad nr. 4064/89

(slechts de tekst in de Franse taal is authentiek)

(voor de EER relevante tekst)

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op de Overeenkomst betreffende de Europese Economische Ruimte, en met name op artikel 57,

Gelet op Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad van 21 december 1989 betreffende de controle op concentraties van ondernemingen¹, laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 1310/97 van de Raad van 30 juni 1997², en met name op artikel 8, lid 3,

Gezien het besluit van de Commissie van 30 maart 2001 om in deze zaak een procedure in te leiden,

Na de betrokken ondernemingen in de gelegenheid te hebben gesteld hun standpunt ten aanzien van de door de Commissie aangevoerde bezwaren kenbaar te maken,

Gezien het advies van het Adviescomité voor Concentraties³,

Gezien het eindrapport van de raadadviseur-auditeur⁴ betreffende deze zaak,

OVERWEGENDE HETGEEN VOLGT:

¹ PB L 395 van 30.12.1989, bladzijde 1; PB L 257 van 21.9.1990, blz. 13 (rectificatie)

² PB L 180 van 9.7.1997, blz. 1; PB L 40 van 13.2.1998, blz. 17 (corrigendum).

³ PB C ...,...2001 , blz....

⁴ PB C ...,...2001 , blz....

1. Op 16 februari 2001 ontving de Commissie overeenkomstig artikel 4 van de Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad een aanmelding van een voorgenomen concentratie waarbij de onderneming SCHNEIDER ELECTRIC zeggenschap wilde verwerven over de gehele onderneming LEGRAND, in de zin van artikel 3, lid 1, onder b), van Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad (de “concentratieverordening”), en wel door middel van een op 15 januari 2001 aangekondigd openbaar bod tot aandelenruil.

I. DE PARTIJEN

2. SCHNEIDER ELECTRIC (“Schneider”), een naamloze vennootschap naar Frans recht, is de moedermaatschappij van een groep die zich bezighoudt met de fabricage en verkoop van producten en systemen op het gebied van elektriciteitsdistributie en industriële besturing en automatisering. Deze activiteiten worden op wereldschaal uitgeoefend.
3. LEGRAND (“Legrand”), een naamloze vennootschap naar Frans recht, is de moedermaatschappij van een groep die zich bezighoudt met de fabricage en verkoop van elektrische apparatuur voor laagspanningsinstallaties. Deze activiteiten worden op wereldschaal uitgeoefend.

II. DE CONCENTRATIE

4. De concentratie bestaat in een door Schneider uitgebracht openbaar bod tot omwisseling van alle aandelen Legrand in handen van het publiek. De concentratie behelst derhalve het verwerven van volledige zeggenschap, in de zin van artikel 3, lid 1, onder b), van de concentratieverordening. Het openbaar bod tot aandelenruil had als uiterste datum 25 juli 2001; op dat moment had Schneider Electric 98,1% van het aandelenpakket van Legrand verworven.

III. COMMUNAUTAIRE DIMENSIE

5. De betrokken ondernemingen hebben wereldwijd een totale omzet van meer dan 5 000 miljoen EUR⁵ (Schneider 8 750 miljoen EUR; Legrand 2 791 miljoen EUR). Elk van hen behaalt binnen de Gemeenschap een omzet van meer dan 250 miljoen EUR (Schneider 4 095 miljoen EUR; Legrand 1 684 miljoen EUR) en bij geen van beide komt meer dan tweederde daarvan voor rekening van de activiteiten binnen één enkele lidstaat. De transactie heeft dus een communautaire dimensie.

IV. DE PROCEDURE

6. Na onderzoek van de aanmelding heeft de Commissie geconcludeerd dat de aangemelde transactie binnen het toepassingsgebied van de concentratieverordening valt en dat ernstig betwijfeld moet worden of de concentratie verenigbaar is met de

⁵ Omzet berekend in overeenstemming met artikel 5, lid 1 van de concentratieverordening en de Mededeling van de Commissie over het berekenen van omzetten (PB C 66 van 2.3.1998, blz. 25). Voor zover de cijfers betrekking hebben op vóór 1 januari 1999 behaalde omzet, is bij de berekeningen uitgegaan van gemiddelde ECU-wisselkoersen en zijn de ECU's op één-op-één-basis in EUR omgezet.

gemeenschappelijke markt en de EER-Overeenkomst. Op 30 maart 2001 besloot de Commissie derhalve de procedure van artikel 6, lid 1, onder c), van de concentratieverordening in te leiden.

7. Om de aangemelde transactie te kunnen onderzoeken heeft de Commissie Schneider en Legrand op 6 april 2001 overeenkomstig artikel 11 van de concentratieverordening om inlichtingen verzocht. De uiterste termijn voor het beantwoorden van dit verzoek was 18 april 2001, maar op die datum hadden Schneider en Legrand niet alle gevraagde inlichtingen verstrekt.
8. De Commissie heeft daarom twee beschikkingen gegeven, gericht aan Schneider en Legrand, met een verzoek om inlichtingen als bedoeld in artikel 11, lid 5, van de concentratieverordening. Op grond van artikel 10, lid 4, van de concentratieverordening is de termijn voor het geven van een beschikking overeenkomstig artikel 8 van de concentratieverordening verlengd van 6 april 2001 tot de datum van ontvangst van alle door de Commissie gevraagde inlichtingen, te weten 25 juni 2001.
9. Op 3 augustus 2001 heeft de Commissie Schneider een mededeling van punten van bezwaar gezonden. De partijen hebben deze mededeling van punten van bezwaar beantwoord door een op 16 augustus 2001 ingediend document (de “memorie van antwoord”). Op 21 augustus is vervolgens een hoorzitting gehouden.

V. VERENIGBAARHEID MET DE GEMEENSCHAPPELIJKE MARKT

A. De sector elektrische laagspanningsmaterialen

A.1 Inleiding

10. De gevolgen van de transactie doen zich vooral gevoelen binnen de sector van elektrische laagspanningsmaterialen, waar Legrand zijn hele omzet en Schneider bijna zijn halve omzet behaalt.
11. Deze sector omvat installaties voor gebouwen in de industriële, tertiaire en woningbouwsector voorbij de aansluiting op het middenspanningsnet voor elektriciteitsdistributie. Het gaat hierbij om alle materiaal dat nodig is voor de aansluiting en verdeling van de elektrische stroom binnen gebouwen (zoals verdelerpanelen, kokersystemen en verdelerkasten en -behuizingen, contactdozen en schakelaars), bedienings- en besturingcomponenten (voor airconditioning, verlichting, enz.) en voorzieningen voor speciale toepassingen in gebouwen, zoals systemen voor bewaking en beveiliging tegen brand en inbraak.
12. Preciezer geformuleerd heeft de onderhavige transactie in essentie betrekking op de volgende drie activiteitengebieden:
 - (a) Laagspanningsverdelers, die voornamelijk dienen om de elektrische energie op de verschillende niveaus van de installatie (bijvoorbeeld het gebouw, de etages of de woningen) te verdelen en gebruiker en apparatuur te beschermen tegen de risico's van overbelasting en kortsluiting.
Deze verdelers, voornamelijk bestaande uit een kast met een aantal beveiligingsonderdelen (zoals installatieautomaten, zekeringen en aardlekschakelaars), kunnen op basis van de verschillende niveaus van

energiedistributie worden ingedeeld in drie categorieën: (i) hoofdverdelers (voor het aansluiten van grote industriële of kantoorgebouwen op het middenspanningsnet), (ii) onderverdelers (met als karakteristieke toepassing de aansluiting van een etage), en (iii) eindverdelers (bijv. een groepenkast voor een eindafnemer met bescheiden energieverbruik, bijvoorbeeld de bewoners van een appartement);

- (b) Kabeldragers en de voorgemonteerde kokersystemen voor de plaatsing van elektrische leidingen onder vloeren, in installatiekanalen of boven verlaagde plafonds van een gebouw;
- (c) Elektrische materialen die voorbij de eindverdeler wordt geïnstalleerd (hierna aangeduid als “eindmaterialen”), te verdelen in zes productgroepen: (i) eindaansluitingen, die het uiteinde van de elektrische installatie vormen (contactdozen, schakelaars, enz.); (ii) regelsystemen voor één specifieke toepassing (bijvoorbeeld verwarming) in een bepaald deel van een gebouw; (iii) beveiligingssystemen die de veiligheid van personen en goederen bewaken (alarmsystemen, branddetectieapparatuur, noodverlichting, enz.); (iv) VDI-aansluitingen van communicatiesystemen (computeraansluitingen, aftakdozen, enz.); (v) bevestigings- en bekabelingsmateriaal dat nodig is voor het aftakken, monteren en verbinden van de op de eindverdeler aangesloten voorzieningen; en (vi) onderdelen voor in het zicht blijvende elektrische verbindingen (plintgoten, vloerdozen, aansluitkolommen).

13. De aangemelde transactie heeft eveneens gevolgen voor andere typen producten voor industrieel gebruik, met name besturings- en signaalcomponenten en elektrische voedings- en omvormingsapparatuur.

14. De partijen hebben voor deze sector de volgende segmentering voorgesteld, die in deze beschikking als uitgangspunt zal dienen bij het vaststellen van de relevante markten:

Tabel 1

Marktsegment		Aanduiding	Producten
marktsegment 1		laagspanningshoofdverdelerpanelen	behuizingselementen, vermogensautomaten, zekeringen, enz.
marktsegment 2		onderverdelerpanelen	behuizingselementen, installatieautomaten, zekeringen, enz.
marktsegment 3		kabeldragers en voorgemonteerde kokersystemen	kabeldragers en voorgemonteerde kokersystemen
marktsegment 4		eindverdelers	kastelementen, installatieautomaten, zekeringen, aardlekschakelaars en –automaten, enz.
marktsegment 5	segment 5A	materialen die voorbij de eindverdeler worden geïnstalleerd	eindaansluitingen regelsystemen beveiligings- en bewakingssystemen componenten voor communicatienetten
	segment 5B	installatie- en bevestigingsmateriaal	aftakdozen, bekabelings- en bevestigingsmiddelen voor verbindingen tussen eindverdeler en eindaansluitingen
	segment 5C	in het zicht blijvende leidingen	vloerdozen, plintgoten, aansluitkolommen, enz.

industriële componenten	voedingen en transformatoren	producten voor de levering van elektriciteit (gelijkspanning of wisselspanning) aan industriële machines en installaties
	besturings- en signaleringscomponenten	apparatuur voor de bediening van industriële machines en installaties

A.2 Overzicht van de sector

A.2.1 Relevante marktpartijen

15. Bij vraag en aanbod binnen de betrokken marktsegmenten zijn zes verschillende categorieën marktpartijen betrokken: fabrikanten, groothandelaren, paneelbouwers, installateurs, opdrachtgevers (architecten, ontwerp bureaus, enz.) en eindafnemers.

A.2.2 Fabrikanten van laagspanningscomponenten

16. De fabrikanten van elektrische materialen, dat wil zeggen de industriële partijen die de betrokken apparatuur en componenten ontwikkelen en produceren, kunnen volgens een door Schneider intern gehanteerde indeling⁶ worden onderverdeeld in drie typen: de “megaproducten”, de “twijfelaars” en de “specialisten”.
17. Volgens Schneider worden de grote internationale groepen (de “megaproducten”) vooral gekenmerkt door hun grote omvang, hun brede productengamma en hun vermogen om hun activiteiten grootschalig aan te passen aan marktontwikkelingen. Naast Schneider behoren ABB, Siemens, General Electric, Tyco, Matsushita en Emerson tot deze categorie van grootschalig op wereldniveau opererende partijen. Hiervan nemen er slechts vier een plaats van betekenis in op de Europese markt van laagspanningsproducten, namelijk Schneider, ABB, Siemens en GE. Deze voeren alle een enorm assortiment laagspanningsproducten en hebben daarnaast aanzienlijke activiteiten op het gebied van midden- en hoogspanningsmaterialen. Verder is op te merken dat er bij ABB, Siemens en GE een zekere mate van verticale integratie is, aangezien deze bedrijven ook actief zijn in de sectoren elektrische installatie en/of paneelbouw. Emerson is vooral sterk op de Amerikaanse markt, Matsushita is nauwelijks actief in Europa en Tyco is in Europa slechts aanwezig in enkele nichemarkten in het segment van de materialen en kabeldragers.
18. Volgens Schneider omvat de groep “twijfelaars” [...] * meer gespecialiseerde bedrijven met hun zwaartepunt in cyclische segmenten [...] *, die te lijden hebben van een tijdelijke stagnatie van de groei. Kenmerkend voor deze ondernemingen zijn verder aanzienlijke schommelingen in hun activiteitenpakket en onvoldoende samenhang, hetgeen een aanmerkelijke daling van hun waarde op de beurs heeft gehad.
19. Bij de “specialisten” [...] * gaat het om ondernemingen van kleinere omvang die zich op de laagspanningssector toeleggen. In de meeste gevallen kenmerken ze zich door een

⁶ “Evolution du positionnement stratégique de nos principaux concurrents” (Ontwikkeling van de strategische positionering van onze voornaamste concurrenten).

* Delen van deze tekst zijn weggelaten om ervoor te zorgen dat geen vertrouwelijke informatie openbaar wordt gemaakt; deze zijn tussen vierkante haken gezet en met een asterisk gemarkeerd.

volgroeid activiteitenpatroon dat vrij stabiel is, maar blijft hun omzet gestaag groeien dankzij overnames. Goed aan deze beschrijving voldoen [...]*

20. De bovenstaande indeling is in hoofdzaak gebaseerd op omvang en breedte van productassortiment, overeenkomstig de commerciële visie en strategie van Schneider. Hij blijkt evenwel ook op te gaan voor de mate van internationalisering van de activiteiten van de betrokken ondernemingen. De “megaproducten”, met name Schneider, ABB en Siemens, zijn in het algemeen in een zeer groot aantal lidstaten actief, terwijl bepaalde “specialisten” hun activiteiten beperken tot een gering aantal landen. Zo is [...]* zich voornamelijk actief in Frankrijk, Duitsland, Nederland en Portugal, terwijl [...]* meer dan de helft van zijn omzet behaalt in Duitsland en [...]* zich hoofdzakelijk beperkt tot Italië.
21. Samenvattend kunnen de activiteiten van de voornaamste fabrikanten op de hieronder weergegeven wijze worden weergegeven (***= zeer groot assortiment aangeboden in de meeste lidstaten, **= hiaten in assortiment of dekking, *= grote hiaten in assortiment en dekking):

Tabel 2

Naam	Hoofd-verdelers	Onder-verdelers	Kabeldragers en voorgebouwde kokersystemen	Eindverdelers	Eindmaterialen
Schneider	***	***	***	***	**
Legrand		**	*	***	***
ABB	***	***	*	***	**
Siemens	***	***		**	*
GE	***	***		**	*
Hager		**	*	***	*
Moeller	**	**	**	**	*
Gewiss		*		*	*

A.2.3 Groothandelaren

22. Groothandelaren zijn plaatselijke distributeurs die het hele gamma van producten bieden dat installateurs of paneelbouwers nodig hebben om een elektrische installatie aan te leggen. Zoals de partijen aangeven, hebben zij een logistieke functie en zorgen zij voor de fijnmazige distributie van producten, maar daarnaast zorgen zij voor de beschikbaarheid van een compleet assortiment en bieden zij voor bepaalde producten en klanten (met name kleine installatiebedrijven) financieringsdiensten en geven zij zelfs technische adviezen bij de aanschaf. De groothandelaren zijn degenen die rechtstreeks inkopen bij de fabrikanten.
23. De betrekkingen tussen groothandelaren en fabrikanten worden geregeld door verlengbare contracten met een looptijd van doorgaans één jaar. De contracten worden gesloten voor uiteenlopende geografische gebieden (voornamelijk lokaal en nationaal) en voor uiteenlopende producten. In het algemeen wordt per productlijn een bepaalde korting op de catalogusprijs van de fabrikant overeengekomen. Dit percentage is

afhankelijk van de omzet in de betrokken producten. Naast deze basiskorting worden in de overeenkomsten aanvullende kortingen vastgelegd die (bijvoorbeeld doordat ze bij toenemende omzet hoger worden) de groothandel stimuleren om de omzet van een gegeven productlijn of de omzet van producten van de betrokken fabrikant in het algemeen te verhogen. Deze volumekortingen worden aan het eind van de periode berekend. Soms omvatten deze distributieovereenkomsten ook een overkoepelende overeenkomst op Europees niveau, maar die is dan doorgaans van algemene aard en omvat geen financiële condities.

24. De rol en betekenis van de groothandel binnen de logistieke keten loopt sterk uiteen afhankelijk van het type product. Uit de door de partijen verstrekte gegevens, die door het onderzoek van de Commissie zijn bevestigd, blijkt bijvoorbeeld dat de groothandel vrijwel geen rol speelt in het segment van de hoofdverdelers, maar bijna 80% van de verkoop van materialen voor onderverdelers en kabeldragers en bijna de totale verkoop (meer dan 90%) van componenten voor eindverdelers en eindmaterialen via de groothandel loopt.
25. Deze verschillen lijken voornamelijk samen te hangen met het feit dat installateurs in het algemeen geneigd zijn het merendeel van hun behoeftes bij de groothandel aan te schaffen, terwijl de grote industriële klanten en de grote paneelbouwers zich veelal rechtstreeks tot de fabrikant wenden. Fabrikanten verkopen het merendeel van de producten die voornamelijk door kleinere en middelgrote installateurs en paneelbouwers worden gekocht (componenten voor onderverdelers, componenten voor eindverdelers, kabeldragers, voorgemonteerde kokersystemen en eindmaterialen) daardoor in het algemeen via de groothandel. De producten waarmee de grote industriële klanten en de grote paneelbouwers werken, zoals componenten voor hoofdverdelers, worden daarentegen in het algemeen rechtstreeks door de fabrikant geleverd.
26. Uit het onderzoek van de Commissie komt verder naar voren dat de gemiddelde bedrijfsomvang en mate van concentratie in de groothandel van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk uiteen kunnen lopen. In Frankrijk bijvoorbeeld wordt de distributie in sterke mate beheerst door de groepen Rexel en Sonepar, maar de situatie in Spanje of Portugal lijkt de groothandel een veel gefragmenteerder structuur te hebben. Volgens interne documenten van de partijen⁷ hebben dergelijke structurele verschillen ook gevolgen voor het gedrag van de groothandel in de betrokken landen. Zo lijkt in de landen waar de groothandel het meest gefragmenteerd is, zoals in Portugal, de onderlinge concurrentie te leiden tot prijsoorlogen die doorwerken op het niveau van de fabrikanten.

A.2.4 Paneelbouwers

27. Paneelbouwers zijn de vakmensen die de verschillende onderdelen van een installatie voor het verdelen van de elektriciteit (een “verdeler”) in een gebouw assembleren tot een “paneel”. In de praktijk omvat hun werk vier taken: (i) ontwerp van het paneel overeenkomstig de speciale eisen van de gegeven situatie, (ii) inkoop en montage van de componenten waaruit het paneel is opgebouwd (kastelementen, installatieautomaten, zekeringen, enz.), (iii) bekabeling van het paneel en (iv) controle dat het geheel goed functioneert. De kast wordt vervolgens klaar voor gebruik afgeleverd aan de installateur die het bij de eindafnemer plaatst. Paneelbouwers worden in de praktijk hoofdzakelijk

⁷ Legrand, middellangetermijnplannen.

ingeschakeld voor panelen van hoofd- en onderverdelers; de panelen voor eindverdelers, die eenvoudiger zijn, worden in de regel door de installateur zelf aangepast en geassembleerd.

28. De omvang van de bedrijven in de paneelbouwsector en het aantal daarvan verschilt afhankelijk van het vermogen van de panelen en dus van de ingewikkeldheid van de opdrachten. In Frankrijk bijvoorbeeld zijn er volgens opgave van de partijen ongeveer 3 000 paneelbouwers die panelen van minder dan 630 ampère kunnen maken, maar slechts 300 voor panelen tot 1 600 ampère. Verder maken sommige paneelbouwers onderdeel uit een verticaal geïntegreerd bedrijf. Zo beschikken bepaalde fabrikanten, waaronder ABB en Siemens, in sommige landen over eigen paneelbouwfaciliteiten. Ook kunnen paneelbouwers bepaalde met panelen samenhangende componenten (zoals steunbalken en plaatstalen kastonderdelen) zelf fabriceren of aanpassen en zelfs direct gedeelten van de installatie uitvoeren.
29. Tenslotte zij hier opgemerkt dat de grote paneelbouwers, die ingewikkelde opdrachten (zoals panelen voor hoofdverdelers) uitvoeren, veelal direct bij de fabrikanten inkopen, terwijl de middelgrote en kleinere paneelbouwers, waarvan de activiteiten hoofdzakelijk onderverdelerspanelen betreffen, hun componenten in het algemeen van de groothandel betrekken. Om logistieke redenen kunnen de door de grote paneelbouwers rechtstreeks bij fabrikanten geplaatste orders overigens wel via een groothandelaar worden afgehandeld (maar deze vervult dan alleen de logistieke functie).
30. Paneelbouwers kunnen tot slot speciale goedkeuringen krijgen van fabrikanten. Door een goedkeuring af te geven onderstreept een fabrikant dat de paneelbouwer beschikt over de technische capaciteiten om zijn producten vakkundig te verwerken. In de meeste gevallen ontvangt een paneelbouwer zo'n goedkeuring maar van één fabrikant: zijn hoofdleverancier.

A.2.5 Installateurs

31. Installateurs zijn de vakmensen die het aanbrengen van de elektrische laagspanningsvoorzieningen bij de eindafnemer verzorgen. Zij kiezen meestal ook het soort en merk onderdelen, uitgezonderd de componenten voor hoofdverdelers, waarvan de keuze wordt bepaald door de paneelbouwer dan wel is voorgeschreven door de opdrachtgever. Verder worden de in het zicht blijvende componenten (contactdozen, schakelaars, enz.) voor de grote kantoorgebouwen en wooncomplexen van oudsher gekozen door de opdrachtgever of voor kleinere woningen in overleg met de uiteindelijke bewoner bepaald.
32. Deze groep is betrekkelijk gefragmenteerd en heterogeen: hij telt een groot aantal bedrijven (in Frankrijk meer dan 30 000) uiteenlopend van eenmanszaken tot ondernemingen met meer dan tien medewerkers en een eigen ontwerp bureau. De partijen zijn van mening dat er bij de installateurs net als bij de paneelbouwers in het algemeen een relatie is tussen de omvang van de bedrijven en de complexiteit van de opdrachten die zij uitvoeren. De kleine installateurs houden zich als regel bezig met eindverdelers en de daarop aangesloten eindmaterialen (contactdozen, schakelaars, enz.) in kleinere woningen. Zo stellen de partijen dat bij eindverdelers, die technisch eenvoudiger zijn dan onderverdelers, “de bedrijven veelal twee of drie medewerkers tellen en bestaan uit een eigenaar met een gediplomeerde medewerker en/of een leerling, waarbij de echtgenote van de eigenaar de bestellingen plaatst bij de distributeur. Om redenen van snelle

beschikbaarheid en gemakkelijke montage kopen zij alle benodigdheden [voor het paneel van eenzelfde merk]*⁸.⁸ Middelgrote installatiebedrijven (met drie tot tien medewerkers) voeren meestal projecten uit waarvoor onder verdelers nodig zijn. De installateurs van grotere omvang (tien en meer medewerkers) richten hun activiteiten vooral op hoofdverdelers. Grote installateurs kunnen overigens tevens als paneelbouwers actief zijn.

33. Zoals hierboven al is aangegeven, betrekken installateurs hun materialen vrijwel uitsluitend van de lokale groothandel. Hierbij moet worden opgemerkt dat ze in het algemeen maar zeer beperkte voorraden aanhouden. Groothandelaren kunnen hun klassieke logistieke rol aanvullen met het bieden van financieringsdiensten (een installateur wordt in het algemeen pas betaald wanneer de installatie geheel is afgerond). Verder lijken installateurs steeds vaker hun groothandelaar om technische adviezen of zelfs instructies te vragen, met name voor het aanleggen van ingewikkelde systemen.
34. Installateurs maken ook meer en meer gebruik van al of niet gratis door fabrikanten geleverde computerprogramma's voor het ontwerpen van elektrische installaties. Zo'n programma kan tijd besparen bij de planning van de installatie en de keuze van componenten, maar is gekoppeld aan de fabrikant die het heeft geleverd. Uit het onderzoek van de Commissie is gebleken dat installateurs in de praktijk niet meer dan één of twee programma's van fabrikanten gebruiken, omdat er veel tijd (en dus geld) geïnvesteerd moet worden om ermee te leren werken. De verspreiding van deze programmatuur heeft dan ook als doel en tot gevolg dat de installateurs zich sterker op de producten van één fabrikant richten.

A.2.6 Opdrachtgevers

35. Opdrachtgevers zijn de architecten, ingenieursbureaus, bouwondernemingen of projectontwikkelaars in de vastgoedsector die verantwoordelijk zijn voor de projecten waarin de elektrische installaties worden aangebracht. Over het algemeen zijn ze alleen bij grote werken betrokken (in de industriële zowel als de tertiaire sector en de woningbouw), en zij kopen geen producten zelf in. Ze bepalen echter soms wel de technische specificaties (en soms ook het merk van producten) van de installatie, en zijn dan degenen die de keuze bepalen

A.2.7 Eindafnemers

36. De eindafnemers zijn de personen of ondernemingen die eigenaar zijn van de gebouwen waarin de elektrische installaties worden aangelegd. Volgens een in deze sector van oudsher gangbare indeling (die met name ook door Schneider en Legrand wordt gehanteerd), kunnen bij de eindgebruikers twee grote groepen worden onderscheiden: die in de industriële sector en die in de bouw. Bij deze laatste groep kan nog een onderscheid maken tussen eindafnemers in de tertiaire sector en in de woningbouw.
37. Met uitzondering van bepaalde componenten die specifiek voor industrieel gebruik zijn bestemd (zoals besturings- en signaalcomponenten en apparatuur voor voeding en omvorming) kan een gegeven laagspanningsonderdeel (bijvoorbeeld een installatieautomaat) op eenzelfde wijze voor beide soorten eindafnemers dienen. Dat

⁸ Bericht van de partijen van 25 juli 2001.

geldt met name voor componenten voor de distributie van elektriciteit, kabeldragers en de meeste eindmaterialen.

38. Er zijn echter wel significante verschillen tussen industriële en bouwprojecten. Zo gaat het in de bouw voor het overgrote deel om installaties van kleinere omvang met verdelers voor betrekkelijk beperkte elektrische vermogens (van het niveau onder- of eindverdeler). Bovendien spelen bij projecten van dit type eindafnemers en opdrachtgevers geen grote rol bij de keuze van merk en type componenten, behalve waar het gaat om onderdelen die in het zicht blijven (contactdozen, schakelaars, zichtbare leidingen, enz.). Over de keuze van type en merk van de andere materialen (componenten van panelen, kabeldragers, enz.) beslist veelal de installateur of, afhankelijk van de situatie, de paneelbouwer.
39. Bij industriële projecten daarentegen gaat het vaker om grote vermogens (van het niveau dat via een hoofdverdeler wordt gedistribueerd). Bovendien blijven deze projecten soms niet beperkt tot een eenvoudige aansluiting of verdeling van elektrische energie, maar omvatten ze tevens speciale apparatuur voor aspecten als automatisering, procesregeling, enz. Tot slot is de invloed van de eindafnemer of opdrachtgever op de keuze van het merk componenten hier belangrijker.
40. Het componentenassortiment dat voor industriële toepassingen wordt aangeschaft, kan dus afwijken van dat voor tertiaire sector en de woningbouw. Het soort opdrachten van industriële afnemers kan op punten als elektrisch vermogen en totale orderomvang het gemiddelde contract voor werk in de bouwsector aanzienlijk te boven gaan en in de buurt komen van de grootste contracten op dit terrein.
41. Uit dit alles volgt dat voor de meeste industriële contracten en de grote contracten in de bouwsector de fabrikanten de vereiste elektrische benodigdheden rechtstreeks leveren, hetzij aan de eindafnemer (bij de grote industriële vestigingen), hetzij aan de grote paneelbouwers. De situatie verschilt hier dus van die bij traditionele contracten in de bouwsector, waar de afzet in het algemeen via de groothandel verloopt. Bovendien is het aantal contracten kleiner en zijn ze beter te voorspellen (en, althans volgens interne documenten van Schneider⁹, [...]*) dan het merendeel van de opdrachten in de bouw. Tot slot kunnen de specificaties anders zijn geformuleerd, bijvoorbeeld doordat meer het accent wordt gelegd op toepassing van communautaire normen dan op bepaalde nationale normen of gebruikelijke werkwijzen voor installaties.
42. In de praktijk heeft het voorgaande tot gevolg dat ofschoon fabrikanten in het algemeen op alle marktsegmenten actief zijn, hun reputatie en concurrentiepositie van het ene toepassingsgebied tot het andere aanzienlijk uiteen kunnen lopen. Zo bezit Legrand een uitstekende naam in de woningbouwsector, terwijl Siemens en ABB zich van oudsher meer op klanten in de industriële sector lijken te richten.

A.3 Het belang van normen

43. Aangezien het gaat om producten die bestemd zijn voor het geleiden van elektrische stroom, gelden er voor de verschillende soorten laagspanningscomponenten voorschriften die moeten waarborgen dat het gebruik ervan geen gevaar oplevert voor

⁹ Document Schneider (antwoord op vraag 316): “Developing switchboard business”.

het leven en de gezondheid van personen of het omringende bouwwerk. Deze voorschriften zijn van invloed op het ontwerp van de producten. Bovendien hebben ze, voor zover er binnen de EER nog onderlinge verschillen tussen de toepasselijke normen zijn, invloed op de mogelijkheid de producten in de verschillende lidstaten in de handel te brengen.

44. Hier moet onderscheid worden gemaakt tussen verschillende soorten normen en regels:

A.3.1 De laagspanningsrichtlijn

45. Allereerst zijn er voorschriften en normen met een verplichtend karakter. De voornaamste daarvan is Richtlijn 1973/23/EEG van de Raad van 19 februari 1973 betreffende de onderlinge aanpassing van de wettelijke voorschriften der lidstaten inzake elektrisch materiaal bestemd voor gebruik binnen bepaalde spanningsgrenzen¹⁰ (de “laagspanningsrichtlijn”), de hierop aansluitende richtlijnen en de in de lidstaten genomen wetgeving voor het omzetten van deze richtlijnen in nationaal recht.

46. De laagspanningsrichtlijn bevat geen precieze voorschriften voor de fabricage van producten, maar beperkt zich tot het definiëren van een bepaald veiligheidsniveau dat de producten moeten bieden (“essentiële eisen”) om binnen de grenzen van de EER vrij verhandelbaar te zijn. Verder laat hij het overeenkomstig een mandaat van de Commissie aan de Europese normalisatie-instellingen, zoals CENELEC (het Europees Comité voor elektrotechnische normen) over om geharmoniseerde Europese normen te ontwikkelen. Deze laatste hebben geen kracht van wet maar garanderen fabrikanten en gebruikers op basis van rechtsvermoeden dat de producten die aan de normen voldoen, ook aan de wettelijke eisen voldoen.

A.3.2 Binnen de normalisatie-instellingen ontwikkelde productnormen

47. Naast geharmoniseerde Europese normen die gekoppeld zijn aan de Europese wetgeving en waarin de essentiële eisen van richtlijnen concreet worden uitgewerkt, bestaan er normen die zijn ontwikkeld binnen de verschillende normalisatie-instellingen op internationaal, Europees en nationaal niveau, zoals onder meer het Internationaal Elektrotechnisch Comité (IEC), het CENELEC, de Union technique de l'électricité (UTE) in Frankrijk en de Deutsche Kommission Elektrotechnik im DIN und VDE (DEK) in Duitsland. Deze normen en standaarden bevatten ook nauwkeurige voorschriften voor de fabricage van de betrokken producten. De naleving van deze normen en standaarden is evenwel niet wettelijk verplicht.

48. Binnen de normalisatie-instellingen zijn de voornaamste betrokken belanghebbenden (fabrikanten, gebruikers, enz.) vertegenwoordigd. Het IEC is de overkoepelende organisatie op internationaal niveau en het CENELEC is de Europese koepelorganisatie van de nationale normalisatie-instellingen. De twee instellingen tellen allerlei technische comités en subcomités voor de diverse categorieën producten, elk samengesteld uit afgevaardigden van de overeenkomstige comités en subcomités op nationaal niveau. Alleen de voorzitters en secretarissen van elk comité en subcomité worden voor een vaste periode benoemd. De leden die nationale instellingen vertegenwoordigen, worden

¹⁰ PBEG L 77 van 26.3.1973, blz. 29-33.

ad hoc benoemd voor één vergadering of een reeks vergaderingen. Fabrikanten proberen gewoonlijk vertegenwoordigd te zijn in de comités die over door hen gefabriceerde producten gaan, teneinde bij het normalisatieproces betrokken te zijn. Internationale aanwezigheid is daarbij een voordeel, want het betekent dat men op verscheidene niveaus invloed kan uitoefenen. De partijen besteden alle substantiële middelen aan het deelnemen in normalisatieactiviteiten.

49. CENELEC-normen vormen in de regel (in 80 % van de gevallen¹¹) een vervolg op de uitwerking van een norm door het IEC en stemmen dan daarmee overeen, soms na enkele aanpassingen. De nationale normalisatie-instellingen zijn verplicht de CENELEC-normen zonder wijziging over te nemen en te aanvaarden als nationale norm, en nationale normen die strijdig zijn met CENELEC-normen ter zake moeten worden ingetrokken.¹²
50. De partijen bevestigen dat voor verreweg de meeste producten voor de distributie van elektriciteit geharmoniseerde Europese normen bestaan. Het harmonisatieproces is op het gebied van de Europese normalisatie echter nog niet voltooid. Voor talrijke producten gelden bijvoorbeeld Europese normen waarin niet alle te harmoniseren kenmerken zijn gedefinieerd. Er is tot dusver bijvoorbeeld nog geen poging ondernomen om de pennen van elektriciteitsstekers te harmoniseren.

A.3.3 Voorschriften en gebruikelijke werkwijzen bij de installatie

51. Voorschriften en gebruikelijke werkwijzen voor installateurs hebben geen betrekking op de fabricage van de componenten zelf maar op de manier waarop deze op het net moeten worden aangesloten (bijvoorbeeld wat betreft van het aansluiten van de nulgeleider). Dit heeft dikwijls wel consequenties voor de uitvoering van het product zelf. Als regel gaat het hierbij om voorschriften die zijn ontwikkeld binnen de normalisatie-instellingen (IEC, CENELEC of nationale organisatie). Soms gaan ze uit van overheidsinstanties (zoals de Franse verordening van 2 oktober 1978 met betrekking tot openbare gebouwen, met bepaalde voorschriften over de verplichte noodverlichting¹³). Het kan echter ook gaan om eenvoudige gewoonten of tradities van de installateurs in een bepaald land of gebied. Deze hebben weliswaar geen enkel verplichtend karakter, maar de fabrikanten worden er wel *de facto* door gedwongen producten op een bepaalde manier te ontwerpen als ze die met kans op succes in de betrokken landen op de markt willen brengen.
52. Bij installatievoorschriften en gebruikelijke werkwijzen van installateurs moeten verder ook de voorschriften van bepaalde ondernemingen worden genoemd. Zo stellen elektriciteitsbedrijven eisen aan materiaal dat wordt gebruikt voor aansluiting op het openbare elektriciteitsnet. Deze voorschriften, die eveneens *de facto* bindend zijn voor fabrikanten van elektrische producten, kunnen een nationale reikwijdte hebben, zoals in het geval van Electricité de France (EDF), of slechts op regionaal of zelfs lokaal niveau gelden, zoals het geval is bij bepaalde regionale elektriciteitsbedrijven in Duitsland en Oostenrijk.

¹¹ www.cenelec.org/Info/about.htm.

¹² www.dke.de/en/wir/normung.

¹³ Antwoord van de partijen van 21 juni 2001, vraag 187.

A.3.4 CE-markering en nationale keuren

53. Er bestaan twee soorten markeringen: de CE-markering en nationale kwaliteitskeuren.
54. De CE-markering moet uit hoofde van communautaire richtlijnen verplicht worden aangebracht op elk product dat onder de laagspanningsrichtlijn valt. De verantwoordelijkheid voor het aanbrengen ervan ligt volledig bij de fabrikant, die daarmee verklaart dat het product voldoet aan de in de richtlijn gestelde eisen. Deze eisen hebben betrekking op productkenmerken en de gehanteerde procedure voor de conformiteitscontrole die vooraf moet gaan aan het op de markt brengen van het product. Fabrikanten mogen verwijzen naar zogenoemde geharmoniseerde normen om aan te tonen dat hun producten voldoen aan de in richtlijnen vastgelegde essentiële eisen, maar de voorziene procedures kunnen ook de inschakeling van een externe organisatie eisen. De CE-markering biedt zo een juridische waarborg voor het vrije handelsverkeer van het betrokken product binnen de grenzen van de EER.
55. Kwaliteitskeuren (zoals NF in Frankrijk, VDE in Duitsland en CEBEC in België) worden, op verzoek van de fabrikant, toegekend door een onafhankelijke certificatie-instelling na tests door een erkend laboratorium en tegen betaling van een zekere vergoeding. Een kwaliteitskeur houdt in dat het product voldoet aan de relevante (internationale, Europese en nationale) normen.
56. Het verwerven van een kwaliteitskeur is in het algemeen niet verplicht, maar er bestaan wel uitzonderingen op deze regel. In Frankrijk bijvoorbeeld zijn fabrikanten verplicht voor systemen voor noodverlichting het Franse keurmerk te verwerven. Maar ook al zijn fabrikanten niet wettelijk verplicht het kwaliteitskeur van een land te verkrijgen om er hun producten op de markt te mogen brengen, commercieel gezien is het vaak wel een noodzaak. Installateurs en eindgebruikers eisen het vaak, omdat het keur hen waarborgt dat producten veilig en betrouwbaar zijn. Dit is bijzonder belangrijk als het gaat om elektrische materialen, waarbij defecten ernstige ongelukken kunnen veroorzaken. Het vertrouwen in de nationale keuren wordt overigens versterkt door het feit dat ze in tegenstelling tot de CE-markering door onafhankelijke instellingen worden toegekend.
57. De verhouding tussen het belang dat installateurs en gebruikers toekennen aan de CE-markering en het kwaliteitskeur komt tot uitdrukking in de plaatsing en de zichtbaarheid ervan op elektrische producten. Als de keuren beide op een product worden aangebracht, zorgt de fabrikant ervoor dat het kwaliteitskeur goed opvalt terwijl de CE-markering veelal veel minder zichtbaar is. Zo wordt bij installatieautomaten het kwaliteitskeur op de voorzijde van het product en vaak in een opvallende kleur aangebracht. De CE-markering daarentegen krijgt in het algemeen een plaats op de zijkant van het product en heeft een kleur die maar weinig verschilt van de kleur van het product.
58. De betekenis van een nationaal kwaliteitskeur voor consumenten is door Arnould, een dochteronderneming van Legrand, als volgt geschetst:¹⁴

“Het NF-keur komt tot stand doordat een fabrikant er vrijwillig voor kiest zijn producten een strenge certificatieprocedure te laten ondergaan. **Het NF-keur is een bewijs dat het product voldoet aan de Franse en Europese normen.** Het wordt toegekend door een

¹⁴ Algemene catalogus 2001, blz. 319 (vetgedrukte tekst als in het brondocument).

onafhankelijke certificatie-instelling, op basis van uitgebreide tests van de producten en controlebezoeken aan de productiefaciliteiten. Een bedrijf mag het alleen blijven voeren als het bij de regelmatige controles aan de eisen blijft voldoen. **Het NF-keur garandeert veel meer dan alleen veiligheid. Het waarborgt de betrouwbaarheid en de kwaliteit van het elektrische materiaal.** Concreet betekent dat dat toepassing van elektrisch materiaal met het NF-keur een waarborg is voor de goede werking van uw installatie.”

59. In zijn productencatalogus voor het jaar 2000 geeft Legrand de volgende toelichting over de CE-markering:¹⁵

“Op elektrische en/of elektronische producten van Legrand of op hun verpakking is de CE-markering aangebracht. Dat is verplicht gesteld door richtlijnen van de Raad van de Europese Gemeenschappen [...]*. De CE-markering is geen vervanging van een kwaliteitskeur. In Frankrijk kunnen controleurs van de douane en de fraudebestrijding (DGCCRF) op basis van de CE-markering het vrije handelsverkeer van een product toestaan. Alleen de fabrikant zelf is verantwoordelijk voor het aanbrengen van de CE-markering op zijn producten of de verpakking ervan. Het betekent niet dat de productie is onderworpen aan enige conformiteitscontrole door een externe partij (waarbij wordt nagegaan of aan nationale en internationale veiligheids- en kwaliteitsnormen wordt voldaan).”

60. En CEBEC, de Belgische certificatie-instelling, merkt op:¹⁶

“Volgens het Belgische en Europese recht dienen producten te voldoen aan de communautaire richtlijnen en derhalve aan de eisen van de CE-markering. Op ieder product dient de CE-markering te zijn aangebracht; producten zonder CE-markering mogen niet op de markt worden gebracht. De CE-markering als zodanig houdt slechts de toestemming in het product op de markt te brengen en biedt geen enkele aanvullende informatie [...]*.

Veel richtlijnen die van toepassing zijn op elektrische producten voorzien in een conformiteitsbeoordeling zonder enige tussenkomst van een onafhankelijk laboratorium of een erkende onafhankelijke organisatie. De CE-markering is niets meer dan de verklaring van een fabrikant dat aan de essentiële eisen is voldaan.

Het CEBEC-keur geeft aan dat een bedrijf continu voldoet aan internationale veiligheidsnormen en dat dit is bevestigd door een gerenommeerde onafhankelijke organisatie.

De consumenten zullen blijven vragen op elektrische producten met certificering door een onafhankelijke organisatie. De sector van elektrische apparatuur en installatie moet de garantie bieden van continue conformiteit met internationale normen. De CE-markering kan die garantie niet bieden. Het CEBEC-keur wel.”

61. De nationale certificatie-instellingen zijn in de meeste lidstaten tevens de instellingen die belast zijn met de normalisatie van producten. In enkele landen (bijvoorbeeld Duitsland en het Verenigd Koninkrijk) bestaan verscheidene certificatieorganisaties.

¹⁵ Catalogus 2000, blz. 800.

¹⁶ www.cebec.be/leaflets/cebec.html.

62. Op grond van de “Cenelec Certification Agreement (CCA)”, een overeenkomst tussen de meeste bij de CENELEC aangesloten organisaties, kan elk product waaraan door een van de CENELEC-leden een kwaliteitskeur is toegekend, tegen betaling van een beperkte vergoeding en zonder dat er een nieuwe reeks toetsingen wordt verlangd, op aanvraag het kwaliteitskeur van elk ander CENELEC-lid verkrijgen. Dit verandert echter niets aan de situatie dat in elke lidstaat van de EER een eigen kwaliteitskeur bestaat en dat elektrische producten worden voorzien van het nationale kwaliteitskeur van het land waar ze op de markt worden gebracht.

A.4 *Werking van de sector*

A.4.1 Beschrijving van de verticale keten

63. De keten die al deze marktpartijen verbindt, kan op de volgende wijze worden samengevat. De vraag gaat uit van de eindafnemer, die de bepaling van de elektrische installatie toevertrouwt aan hetzij een installateur, hetzij, bij omvangrijke projecten, een opdrachtgever. Als de opzet van de elektrische installatie eenmaal is vastgesteld, volgt het uitzoeken, de aanschaf en montage van de componenten door een installateur. Deze koopt zijn componenten meestal in bij een lokale groothandel, die een dochtermaatschappij kan zijn van een groothandel van internationale omvang. De groothandel zelf betreft zijn producten bij de verschillende fabrikanten van elektrisch materiaal (waaronder Schneider en Legrand).
64. Als de installatie onderverdelers omvat, moeten die speciaal aan de behoeften van de gebruiker worden aangepast. Dit gebeurt door het soort, het aantal en de kenmerken te bepalen van de verschillende componenten (installatieautomaten, zekeringen, aardlekschakelaars) waaruit verdelers worden opgebouwd. Zoals hierboven is aangegeven, worden de aanpassing en montage van eindverdelers in het algemeen door de installateur zelf uitgevoerd, omdat het hierbij om betrekkelijk eenvoudige producten gaat. Betreft het daarentegen hoofd- en onderverdelers, dan is dit werk ingewikkelder en moet het worden uitgevoerd door een specialist: de paneelbouwer. In deze situatie is het de paneelbouwer die de verschillende componenten kiest en inkoopt, hetzij bij de groothandel, hetzij - voor zeer grote opdrachten - rechtstreeks bij de fabrikanten.
65. Om de schets compleet te maken moet tenslotte worden opgemerkt dat de fabrikanten soms hun producten rechtstreeks kunnen afzetten aan bepaalde eindafnemers (zoals bepaalde machinebouwers of makers van apparatuur waarin laagspanningscomponenten worden toegepast, bijvoorbeeld contactdozen of besturings- en signaalunits). Bovendien zijn er bepaalde eindafnemers die soms zelf de materialen kiezen en de elektrische installatie aanleggen. Zij kopen de benodigdheden dan meestal in grote doe-het-zelfzaken of bouwketens. Deze verkoop is echter van zeer geringe omvang en heeft geen invloed op het hierboven geschetste algemene beeld.

A.4.2 Belang van installateurs en paneelbouwers

66. Zoals eerder is opgemerkt, spelen eindafnemer en opdrachtgever in het algemeen geen rol van betekenis behalve bij de keuze van de in het zicht blijvende componenten (contactdozen, schakelaars, zichtbare leidingen, enz.) die volgens interne documenten

van Legrand¹⁷ voornamelijk worden geselecteerd op basis van “esthetiek en functionaliteit”.

67. De componenten voor hoofd- en onderverdelers worden in het algemeen uitgezocht en rechtstreeks aangeschaft door de paneelbouwer. De andere benodigdheden (componenten voor eindverdelers, kabeldragers, enz.) worden door de installateur gekozen.
68. Hieruit volgt dat de installateurs (en in mindere mate de paneelbouwers) een hoofdrol spelen bij de keuze van elektrisch materiaal. Zoals Legrand¹⁸ aangeeft “wordt de vraag naar de producten van Legrand hoofdzakelijk bepaald door de mate waarin de elektriciens en opdrachtgevers bij de groothandel naar Legrand-producten vragen.”
69. Een van de hoofdpunten bij de onderlinge concurrentie van de fabrikanten van elektrisch materiaal is dus het verwerven van de gunst van deze groepen. De noodzaak daarvan wordt nog versterkt door het feit dat de installateurs en paneelbouwers van bescheiden omvang in het algemeen trouw zijn aan het merk dat ze gewend zijn te gebruiken.

A.4.3 Belang van de groothandel

70. Zoals in het voorgaande is opgemerkt, betrekken de kleinere tot middelgrote installateurs en paneelbouwers hun materiaal bij groothandelaren die niet te ver van hen vandaan zijn gevestigd. Alleen de grote industriële klanten en de grote paneelbouwers (actief op het terrein van hoofdverdelers) kunnen er de voorkeur aan geven hun benodigdheden rechtstreeks bij fabrikanten in te kopen.
71. Er is dus een duidelijke scheidingslijn tussen grote projecten (of projecten waarbij het gaat om grote vermogens), waarvoor de fabrikanten hun producten rechtstreeks aan de eindgebruikers en de grote paneelbouwers en installateurs verkopen, en de overige installaties, waarbij de groothandel een onmisbare intermediaire rol speelt tussen fabrikanten en installateurs (of paneelbouwers). Zoals hierboven is toegelicht, speelt de groothandel geen rol bij de verkoop van componenten voor hoofdverdelers, maar ze vertegenwoordigen tussen 80% en 90% van de markt voor de andere soorten elektrisch materiaal waarover het hier gaat.
72. Hieruit volgt dat toegang tot de groothandel een uiterst belangrijke voorwaarde voor succes is voor fabrikanten van elektrisch materiaal, behalve bij componenten voor hoofdverdelers. Het is daarom belangrijk erop te wijzen dat volgens de partijen niet alle fabrikanten noodzakelijkerwijs toegang hebben tot dezelfde groothandelaren. De voornaamste fabrikanten werken bijvoorbeeld vooral met de grote internationale concerns (in Frankrijk bijvoorbeeld Rexel, Sonepar of Hagemeyer), terwijl de kleinere concurrenten meer regionaal werken en hun producten afzetten via kleinere groothandelaren.

¹⁷ Document Legrand, “Synthèse PMT juli 2000”.

¹⁸ Legrand, Form 20-F SEC.

A.4.4 Keuzecriteria

73. Uit het voorafgaande is af te leiden dat de concurrentiepositie van de verschillende fabrikanten voor een groot deel wordt bepaald door (i) hun vermogen de installateurs en paneelbouwers aan zich te binden en dus aan hun verwachtingen te voldoen ; en (ii) hun toegang tot de groothandelaren, althans in de lidstaten waar deze een voldoende sterke positie innemen.
74. Uit rapporten van bepaalde analisten¹⁹, die ondersteund worden door documenten van Legrand²⁰, komt naar voren dat de voornaamste keuzecriteria van installateurs zijn (i) de kwaliteit en veiligheid van het materiaal, (ii) het gemak van de montage (dat de voor de installatie benodigde tijd bekort en daarmee kostenverlagend werkt), (iii) de aanpassing aan de lokale smaak en normen, en (iv) de beschikbaarheid van de producten gedurende een lange termijn (waardoor defecte componenten gemakkelijk kunnen worden vervangen en niet voor elke opdracht nieuwe leveranciers hoeven te worden gezocht).
75. De uitkomsten van het door de Commissie uitgevoerde onderzoek bevestigen het belang van deze factoren. Daarnaast blijkt eruit dat de kwaliteit en veiligheid van producten essentiële eisen lijken te zijn, zodat een fabrikant die ze niet kan garanderen, geen kans op succes heeft. Tenslotte blijkt er ook uit dat het gewicht van de verschillende keuzecriteria tussen installateurs en paneelbouwers uiteen kan lopen. Zo lijkt een onmiddellijke leverbaarheid van producten lijkt essentieel te zijn voor installateurs, die geen voorraden aanhouden, maar bij paneelbouwers lijkt dit een minder doorslaggevende rol te spelen. Evenzo lijkt het merk voor de paneelbouwers minder zwaar te wegen dan voor de installateurs.
76. De uitkomsten van het onderzoek van de Commissie bevestigen eveneens dat de prijs in de meeste lidstaten bij de keuze van de installateurs geen hoofdcriterium is. Dit is te verklaren vanuit het gegeven dat (i) het elektrische materiaal slechts een betrekkelijk bescheiden deel (in het algemeen rond 20%) vormt van de opdrachten die installateurs uitvoeren, terwijl de rest voornamelijk uit arbeidskosten bestaat; (ii) dat de installateur (evenals de opdrachtgever of de paneelbouwer) in het algemeen de neiging heeft kwaliteit en veiligheid van de installatie op de eerste plaats te zetten (om redenen van aansprakelijkheid, om niet op het werk terug te hoeven komen, enz.); en (iii) dat een prijsverschil meer dan gecompenseerd zou kunnen worden door andere factoren, met name de montagetijd (gezien het grote aandeel van de arbeidskosten in het totale bedrag van de opdracht, is 10% winst aan montagetijd voor de installateur voordeliger dan 10% lagere materiaalprijzen).
77. Deze criteria verklaren overigens in hoge mate de merktrouw van installateurs en paneelbouwers. Zoals een fabrikant stelde²¹, is “de opstelling van de betrokken partijen in de keten erg behoudend. Het is duidelijk dat overwegingen samenhangend met kwaliteit, veiligheid en wettelijke aansprakelijkheid een sterke motivering vormen om vertrouwde merken te blijven kopen”. Bovendien hebben installateurs en paneelbouwers er duidelijk voordeel bij om met producten van één merk of een beperkt aantal merken te

¹⁹ Verslag van Crédit Suisse First Boston over Legrand (11 september 2000), verslag van Williams de Broë over Schneider (4 januari 2000).

²⁰ Legrand, Form 20-F SEC.

²¹ Hager, antwoord op vragenlijst, fase I.

werken, want ze verwerven zo een betere kennis van deze producten en kunnen daardoor uiteindelijk aanzienlijke tijdswinst boeken bij de installatie en op die manier besparen op arbeid.

78. Groothandelaren moeten bij hun keuze uiteraard de voorkeuren volgen van hun afnemers: de installateurs en paneelbouwers. Daar komen evenwel enkele factoren bij die meer specifiek zijn voor de groothandel. De partijen geven met name aan dat de groothandel ernaar streeft de aantallen leveranciers en merken die ze voeren voor elke productcategorie, laag te houden. Redenen zijn beperking van de kosten, minder voorraden, computerprogrammatuur voor de bestellingen, technische en commerciële scholing van het personeel, enz. Dit zal veelal de positie versterken van de fabrikanten met de merken die op de markt het meest gangbaar zijn en van de fabrikanten die een uitgebreid productassortiment aanbieden.

A.5 Conclusie

79. Het voorgaande samenvattend kan worden gesteld dat , elektrisch laagspanningsmateriaal wordt gebruikt voor drie soorten toepassingen: industriële vestigingen, kantoren en woningen. Bij industriële opdrachten en de grote contracten in de bouw waarbij het gaat om grote vermogens en er dus hoofdverdelers moeten worden gemaakt, ligt de keuze van de componenten in het algemeen bij een opdrachtgever of een grote paneelbouwer, die direct bij de fabrikanten inkoopt. Bij de overige opdrachten worden de meeste van de benodigdheden rechtstreeks gekozen en aangeschaft door een installateur of een paneelbouwer (via een lokale groothandel). De eindafnemer speelt doorgaans alleen een rol bij de keuze van componenten die in het zicht blijven, en baseert zijn voorkeur dan op esthetische en mogelijk functionaliteitsoverwegingen.
80. Met uitzondering van het segment van de hoofdverdelers liggen de belangrijkste opgaven voor de fabrikanten dus enerzijds bij het verwerven van voldoende bekendheid bij groothandelaren en anderzijds bij het overreden van de installateurs en paneelbouwers om hun producten te kiezen, met name op grond van de reputatie van hun merken, de breedte van hun assortiment en de onmiddellijke leverbaarheid.
81. Installateurs letten vooral op veiligheid en betrouwbaarheid van de producten, op de beschikbaarheid ervan en een gemakkelijke montage. Als een merk aan deze eisen voldoet, blijven installateurs dat merk in het algemeen trouw. De groothandelaren volgen de wensen van hun afnemers (de installateurs en paneelbouwers) en hebben daarnaast een voorkeur voor leveranciers met een zo breed mogelijk productengamma.
82. De onderlinge concurrentie tussen fabrikanten speelt zich derhalve voornamelijk af op het niveau van de merken, waarmee de fabrikanten trachten zich van de concurrenten te onderscheiden en de installateurs en paneelbouwers aan zich te binden. Verder richten de fabrikanten zich op het bieden van een zo breed mogelijk productenassortiment, wat in het geval van onderverdelers een eerste vereiste is en bij de andere soorten componenten een aanzienlijk voordeel betekent.
83. Deze kenmerken, die alle bij de transactie betrokken productmarkten gemeen hebben, vormen aanzienlijke belemmeringen (goede relaties met de groothandel, erkende reputatie van merken en het ontwikkelen van een breed assortiment) voor de toegang tot de markt. Diversificatie wordt steeds vaker tot stand gebracht door externe groei

(overnames). In het algemeen geldt dat de markten een neiging vertonen steeds verdere concentratie.

B. Vaststelling van de relevante markten

B.1 Verdelerspanelen voor de distributie van elektriciteit

84. In dit gedeelte wordt geanalyseerd welke gevolgen de transactie heeft op het gebied van verdelerspanelen voor de distributie van elektriciteit, dat wil zeggen laagspanningshoofdverdelers, onderverdelers en eindverdelers. Schneider en Legrand zijn beide aanwezig in de segmenten onder- en eindverdelers en Schneider is tevens aanwezig op de markt voor hoofdverdelers.

B.1.1 Opzet van installaties voor de distributie van elektriciteit

85. De distributie van elektriciteit in gebouwen (woongebouwen, kantoorgebouwen, industrievestigingen, enz.) verloopt via enkele opeenvolgende installatieniveaus, die het mogelijk maken de elektriciteit vanaf het punt van aansluiting op het externe elektriciteitsnet naar de diverse elektrische apparaten binnen het bouwwerk te leiden.

86. Een systeem voor het verdelen van de laagspanningsstroom werkt met verdelerskasten van verschillend niveau, die trapsgewijs van de hoofdverdelers (of bij kleinere installaties vanaf een onderverdelers) naar een aantal eindverdelers voert. Voorbij de eindverdelers zijn er dan nog eindmaterialen, zoals contactdozen en schakelaars, die hier via de bekabeling en aftakdozen mee zijn verbonden.

87. De verdeling van de elektriciteit en ook de beveiliging van de elektrische installatie en/of personen vindt plaats in de verdelerspanelen, die daarmee de voornaamste knooppunten van het netwerk vormen. Twee verdelers die behoren tot twee opeenvolgende niveaus van de installatie zijn onderling verbonden door middel van elektrische leidingen. Naarmate de afstand tot het aansluitpunt op het externe elektriciteitsnet groter wordt, nemen de vermogens die door deze leidingen en de verdelers gaan, af. De hoofdverdelers is dus het punt van de installatie waar de elektriciteit zijn grootste stroomsterkte heeft. De stroomsterkte wordt vervolgens steeds geringer: in de onderverdelers, vervolgens de eindverdelers en tenslotte de eindapparatuur. Het schema van Bijlage 1 geeft een karakteristiek voorbeeld van de opzet van een laagspanningsinstallatie en de plaats daarin van de verschillende soorten componenten die hiervoor zijn beschreven.

B.1.2 Keuze van de componenten

88. Om hun beveiligingsfunctie goed te kunnen vervullen, worden verdelers opgebouwd uit diverse componenten en omhuld door een kast (van plaatstaal of kunststof). De componenten omvatten automaten, zekeringen (voor de beveiliging van de installatie), aardlekbeveiligingen (voor de bescherming van personen) en diverse andere elementen.

89. Soort, aantal en afmetingen van deze componenten worden in wezen bepaald door het distributieniveau van de verdelers en het soort apparatuur dat erop is aangesloten. Zo bevatten hoofdverdelers in hoofdzaak vermogensautomaten en installatieautomaten. Onderverdelers worden voornamelijk opgebouwd met installatieautomaten en kleine automaten, en eindverdelers tenslotte bevatten kleine automaten en aardlekschakelaars.

90. In de praktijk moet elk verdelerspaneel speciaal worden afgestemd op de behoeften waarin het betrokken netwerkdeel moet voorzien (en die worden bepaald door de plaatselijke situatie en het gebruik). De dimensionering ervan zal afhangen van de kenmerken van de erop aangesloten elektrische installatie (elektrisch vermogen, aantal

aangesloten circuits, enz.) Dit maakt elk paneel tot maatwerk, opgebouwd uit een samenstel van componenten dat van opdracht tot opdracht sterk kan variëren. Zo komt uit door Schneider verstrekte gegevens²² naar voren dat een gegeven paneelonderdeel (zelfs van het meest gangbare type) in het algemeen in minder dan één op vijf panelen wordt toegepast.

91. Laagspanningshoofdverdelers worden ingezet bij het aansluitpunt op het (middenspannings)net, veelal dicht achter een transformatorstation. Ze dienen voor het regelen van de distributie van elektriciteit in voornamelijk grote bedrijfsgebouwen (van meer dan 5 000 m²). Onderverdelers dienen vooral voor het verdelen van de elektrische stroom op het niveau van een verdieping van een kantoorgebouw en ze worden dus aangebracht op een plaats die, vanuit het elektriciteitsnet gezien, voorbij een hoofdverdeler ligt. Eindverdelers vormen het laatste distributie-, beveiligings- en regelniveau van een systeem voor de distributie van elektriciteit. Panelen van dit type worden doorgaans toegepast op het niveau van een afzonderlijke woning of een klein kantoor. In tegenstelling tot panelen voor grotere vermogens (hoofd- en onderverdelers) worden eindverdelers in het algemeen aangebracht in ruimten waartoe ook niet-vakmensen toegang hebben en ze moeten dus aan hogere veiligheidseisen voldoen dan de andere verdelertypen.
92. Laagspanningshoofdverdelers zijn voornamelijk opgebouwd uit (i) vermogensautomaten met een nominale stroomsterkte tussen 630 en 6 300 ampère, (ii) installatieautomaten met nominale stroomsterkte tussen 400 en 1 600 ampère, (iii) zekeringen (van 400 tot 1 600 ampère), (iv) kasten en kastelementen, en (v) bekabeling.
93. Laagspanningsonderverdelers zijn voornamelijk opgebouwd uit (i) installatieautomaten met een nominale stroomsterkte tussen 100 en 250 ampère, (ii) kleine automaten waarvan de nominale stroomsterkte tot 125 ampère kan gaan, (iii) zekeringen, (iv) kasten en kastelementen, over het algemeen van metaal, en (v) bekabeling.
94. Laagspanningseindverdelers tenslotte zijn voornamelijk opgebouwd uit (i) kleine automaten, (ii) aardlekbeveiligingen, (iii) zekeringen, (iv) een behuizing (doorgaans van kunststof), te vergelijken met de kast die voor onderverdelers wordt toegepast. Een speciaal aspect vormen hier de voorzieningen voor het gemakkelijk vastklikken van componenten op (genormaliseerde) DIN-lijsten.
95. De prijs (exclusief montage en werkuren) van deze verschillende typen panelen is als volgt opgebouwd:

Tabel 3

Onderdeel	Hoofdverdeler	Onderverdeler	Eindverdeler
Vermogensautomaten	17,5%		
Installatieautomaten en zekeringen	32,5%	18,4%	
Kleine automaten en zekeringen		40,5%	43%
Aardlekbeveiligingen			29%
Kasten (of behuizingen) en onderdelen daarvan	24,4%	17,6%	21%

²² Schneider, antwoord op vraag 109.

Bekabeling	18.6%	17,5%	
Diversen	7%	6%	7%
TOTAAL	100%	100%	100%

96. Deze tabel laat zien dat de componenten van een paneel niet allemaal even belangrijk zijn. Zo blijkt met name dat de automaten (en, waar toegepast, de aardlekbeveiligingen) dikwijls een sleutelrol vervullen bij de keuze van fabrikant, omdat deze onderdelen zeer sterk bepalend zijn voor de werking van een paneel en ook het leeuwendeel (50 tot 70%) van de kosten uitmaken.
97. In het volgende gedeelte worden de rol en het gebruik beschreven van de afzonderlijke actieve componenten (automaten, aardlekbeveiligingen, enz.), waarbij wordt ingegaan op de factoren die de keuze bepalen van het type componenten dat in een verdelerspaneel wordt opgenomen en de prestaties daarvan.

Twee soorten beveiligingen voor twee soorten risico's

98. Welk soort product (automaat, zekering, aardlekbeveiliging, enz.) wordt toegepast, hangt in de eerste plaats af van het soort beveiliging dat het paneel moet leveren. In de praktijk onderscheidt men hierbij twee typen beveiliging: enerzijds de bescherming van goederen, apparatuur en de elektrische installatie zelf (met name tegen brand en oververhitting ten gevolge van te grote stroomsterkten²³ of kortsluiting) en anderzijds de bescherming van personen (tegen het risico van elektrische schokken wanneer een gebruiker per ongeluk in contact komt met een onder spanning staande geleider).

Bescherming van het netwerk: automaten of zekeringen

99. De beveiliging tegen te hoge stroomsterkten en kortsluiting wordt ofwel verzorgd door automaten (stroomonderbrekers), ofwel door zekeringen. Deze twee soorten componenten verbreken de stroomdoorgang in het geval van te hoge stroomsterkte of kortsluiting en bieden dus eenzelfde soort bescherming. Ze werken echter niet op dezelfde manier. Automaten zijn elektromechanische voorzieningen waarbij de stroomdoorgang wordt verbroken doordat een schakelaar omklapt. Bij zekeringen wordt de stroom afgesloten doordat elke abnormale toename van de stroomsterkte die door de zekering heengaat, gepaard gaat met een verhoging van de interne geleider die deze doet doorsmelten.

²³ Het elektrische vermogen van een apparaat en een installatie wordt bepaald door twee grootheden: de stroomsterkte (de hoeveelheid elektrische lading die door de betrokken geleider gaat), uitgedrukt in ampère (A), en de elektrische spanning (die aangeeft met welke kracht de verplaatsing van de elektrische ladingen plaatsvindt), uitgedrukt in volt (V).

Een overstroom (overbelasting) houdt in dat er een elektrische stroom optreedt die sterker is dan die waarvoor het betrokken elektrische circuit bedoeld is (bijvoorbeeld als de stroomafwaartse installatie meer vermogen afneemt dan was voorzien). Bij overstroom worden de elektrische geleiders warm, wat tot verbreking van de stroomdoorvoer en zelfs tot brand kan leiden.

Een kortsluiting houdt in dat er elektrische stroom wegvloeit uit de installatie. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren wanneer een persoon per ongeluk in contact komt met een geleider die onder spanning staat. In dat geval vormt de persoon een elektrische verbinding tussen de geleider (die hij aanraakt) en de grond (waar hij op staat). De spanning die tussen geleider en grond bestaat creëert dan een elektrische stroom (lekstroom) die door de persoon heen van de geleider naar de grond loopt.

100. De techniek van automaten en zekeringen is dus verschillend. Bovendien moet een zekering, als de oorzaak van de te grote stroomsterkte of de kortsluiting eenmaal is weggenomen, worden vervangen (omdat de interne geleider bij het verbreken van de stroom is gesmolten), terwijl een automaat eenvoudig opnieuw kan worden ingeschakeld (door de schakelaar van de automaat weer in de stand voor normale stroomdoorgang te zetten).

Bescherming van personen: met aardlekbeveiliging of automaat

101. Het risico van een elektrische schok kan voortvloeien uit hetzij rechtstreekse aanraking van een geleider die onder elektrische spanning staat (de “fasegeleider”) hetzij een indirect contact daarmee doordat de gebruiker een onderdeel van een elektrisch apparaat aanraakt dat door een defect zelf contact maakt met een onder spanning staande geleider.

102. In het geval van een rechtstreeks contact tussen een persoon en een onder spanning staande geleider bestaat het risico dat er elektriciteit door het lichaam stroomt. De ernst van dit risico hangt af van zowel de stroomsterkte die door het lichaam gaat als van de duur daarvan. Hoe groter de stroomsterkte is, hoe sneller deze situatie moet worden beëindigd.

103. Om gebruikers tegen het risico van elektrische schokken te beschermen, worden voorzieningen gebruikt die het weglekken van stroom (overeenkomend met de stroomdoorgang door het lichaam van de gebruiker bij een contact met een geleider onder spanning) signaleren en dan uiterst snel (in het algemeen in minder dan 0,1 seconde) de toevoer van elektriciteit verbreken. Zulke voorzieningen heten aardlekbeveiligingen. Het werkingsprincipe berust op meting van het verschil tussen de inkomende en de uitgaande stroomsterkte van een installatie. Onder normale omstandigheden is dat verschil nul. In het geval dat een gebruiker per ongeluk een onder spanning staande geleider aanraakt, lekt er door diens lichaam stroom weg naar de aarde, met als gevolg in een verschil tussen de inkomende en uitgaande stroom van de installatie. Dit wordt gesignaleerd door de aardlekschakelaar, die in reactie daarop automatisch de stroomtoevoer onderbreekt en zo de persoon beschermt.

104. Bij laagspanningsinstallaties zijn zeer gevoelige aardlekbeveiligingen het belangrijkste middel om personen te beschermen tegen de gevolgen van onbedoeld rechtstreeks contact met een geleider onder spanning, ongeacht het toegepaste aardingssysteem. Aardlekbeveiligingen vormen dus een essentieel onderdeel van de beveiliging van personen. Ze zijn echter niet in alle lidstaten in dezelfde situaties verplicht.

105. Zoals hierboven aangegeven kan het risico van een elektrische schok ook het gevolg zijn van indirect contact, bijvoorbeeld als een onder spanning staande draad in een apparaat door een defect in contact staat met een extern onderdeel dat de gebruiker normaliter zonder gevaar kan aanraken. Raakt de gebruiker zo'n elektrisch apparaat (bijvoorbeeld een oven) aan, dan kan hij in contact komen met de elektrische spanning die op de onderdelen van het apparaat staat.

106. In dit tweede geval (indirecte aanraking) berust de bescherming van de gebruiker voornamelijk op “aarding”, dat wil zeggen dat er wordt voorzien in een elektrische verbinding van een gegeven elektrisch apparaat, een of meer delen van de elektrische installatie en/of bepaalde elektrische voorzieningen met de aarde.

107. Afhankelijk van de wijze waarop deze aarding wordt gerealiseerd, is het noodzakelijk gebruik te maken van aardlekbeveiligingen (net als voor direct contact) of van automaten. De keuze hangt af van de wijze waarop de “massa’s van de elektrische installatie”²⁴ en de “nulgeleider”²⁵ met de aarde zijn verbonden.

Het belang van aardingssystemen

108. Aan de hand van de manier waarop de elektrische massa’s en de nulgeleider met de aarde zijn verbonden, onderscheidt men drie aardingssystemen. Elk wordt aangeduid door een code van twee letters, waarvan de eerste aangeeft hoe de nulgeleider met de aarde is verbonden en de tweede hoe de massa’s van de elektrische installatie met de aarde zijn verbonden. Bij het TT-stelsel zijn zowel de massa’s van de elektrische installatie als de nulgeleider rechtstreeks met de aarde verbonden; bij het TN-stelsel zijn de massa’s verbonden met de nulgeleider en is alleen die rechtstreeks geaard; bij het IT-stelsel is de nulgeleider met de aarde verbonden via een impedantie en zijn de massa’s van de elektrische installatie rechtstreeks geaard. Nog op te merken is hier dat bij het TN-stelsel twee uitvoeringen worden onderscheiden: TN-C, waarbij één geleider als nul- en beschermingsgeleider dienst doet, en TN-S waarbij de functies van nul- en beschermingsgeleider door aparte geleiders worden verzorgd.

109. Treedt er een lekstroom op (via een gebrekkige isolatie of doordat iemand per ongeluk een geleider onder spanning aanraakt), dan is het aardingstelsel van het grootste belang, want dat bepaalt de sterkte van de lekstroom (“foutstroom”) en daarmee de kracht van de elektrische schok die de persoon ervaart. Bij het TT-stelsel kunnen lekstromen optreden waarvan de sterkten tot enkele ampères of zelfs tientallen ampères kunnen oplopen. Bij het TN-stelsel kan de lekstroomsterkte van de orde van enkele honderden of zelf duizenden ampères zijn, want bij dit systeem veroorzaakt een lekstroom onmiddellijk een kortsluiting tussen een fasegeleider²⁶ en de nulgeleider. Bij het IT-stelsel tenslotte blijft de lekstroomsterkte laag (enkele tientallen milliampère), omdat deze wordt begrensd door de impedantie in de verbinding nulgeleider-aarde.

110. Dit alles heeft belangrijke consequenties voor de opzet van de installatie voor de elektriciteitsdistributie.

111. Bij het TT-stelsel leidt een defecte isolatie of een onbedoeld contact tussen een fasedraad en een elektrische massa tot een lekstroom via de aarding van de installatie. De elektrische massa (dat wil zeggen het externe deel van een elektrisch apparaat dat een gebruiker normaal gesproken mag aanraken) komt dan onder spanning te staan. Om de gebruiker te beschermen tegen het risico van een elektrische schok als gevolg van het aanraken van de massa (elektrische schok door indirect contact) moet de lekstroom via de aarding gesignaleerd en de stroomtoevoer zeer snel onderbroken worden. Dat is de taak van de hierboven beschreven aardlekbeveiliging. Bij het TT-stelsel is het dus absoluut noodzakelijk een aardlekbeveiliging toe te passen om personen tegen het gevaar

²⁴ Het gedeelte van de elektrische apparaten die een gebruiker normaal gesproken zonder gevaar kan aanraken.

²⁵ Geleider die normaal gesproken niet onder spanning staat. De nulgeleider onderscheidt zich hierdoor van de fasegeleiders, die onder spanning staan. Bij eenfasestroom circuleert de elektriciteit normaal gesproken tussen een fasegeleider en de nulgeleider. Bij driefasestroom circuleert de elektriciteit tussen fasegeleiders.

²⁶ Dat wil zeggen een geleider die onder spanning staat.

van elektrische schokken door indirect contact te beschermen. De gevoeligheid van de aardlekbeveiliging die bij TT-stelsels wordt gebruikt voor het beschermen van personen tegen indirecte aanraking, ligt in het algemeen tussen 30 milliampère (zeer gevoelig) en 300 tot 500 milliampère (matig gevoelig).

112. Bij het TN-stelsel leidt een defect in de isolatie of een onbedoeld contact tussen de fasedraad en een elektrische massa niet tot een echte lekstroom maar tot een kortsluiting (tussen fase- en nulgeleider). Er vloeit dan een zeer sterke stroom door de nulgeleider. De bescherming van de gebruiker tegen het risico van een elektrische schok door indirect contact wordt in dit geval hoofdzakelijk verzorgd door automaten (en niet door aardlekbeveiligingen, behalve bij het TN-S-stelsel) met een lage afschakeldrempel (opdat de stroomtoevoer snel wordt afgebroken). In plaats van automaten kunnen hier ook zekeringen worden gebruikt.
113. Bij het IT-stelsel tenslotte treedt zoals reeds aangegeven in het geval van een defecte isolatie of een onbedoeld contact tussen de fasedraad en een elektrische massa maar een zwakke lekstroom op, die geen afbreking van de stroomtoevoer vereist. Bij het IT-stelsel blijft de stroomtoevoer dus ook bij het optreden van een eerste fout gewaarborgd. Voor toepassingen waar continuïteit van de stroomvoorziening vereist is (zoals in ziekenhuizen of op luchthavens) biedt deze aardingswijze dan ook grote voordelen. Het is echter wel belangrijk die eerste fout wordt opgespoord en hersteld. Zou zich namelijk intussen een tweede fout voordoen, dan is de installatie met het IT-stelsel te vergelijken met één van het TN-type (of TT-type, als de massa's niet onderling zijn verbonden) en treedt er een ernstige kortsluiting (of lekstroom) in op.
114. In de praktijk worden bij het IT-stelsel twee soorten voorzieningen toegepast: enerzijds apparatuur voor zogenoemde permanente isolatiecontrole, die de zwakke lekstroom kan detecteren die zich bij de eerste fout voordoet, anderzijds aardlek- of andere beveiligingen die ervoor zorgen dat het tweede defect geen gevaar kan opleveren.

Prestaties van de componenten

115. Vervolgens moet de juiste dimensionering van de componenten, dat wil zeggen de prestaties die ze moeten leveren, worden gekozen. Zo moet bijvoorbeeld worden beslist welk type automaat geschikt is (vermogensautomaat, installatieautomaat of kleine automaat) en wat daarvan de specificaties moeten zijn. Automaten kenmerken zich hoofdzakelijk door (i) de nominale stroomsterkte (de stroomsterkte waarboven de automaat in werking treedt en het betrokken circuit uitschakelt); (ii) het kortsluitvermogen (de maximale stroomsterkte die de automaat in het geval van kortsluiting zonder beschadiging kan verdragen); (iii) het aantal polen of aansluitpunten (variërend van 1 tot 4), dat wil zeggen het aantal geleiders dat in het geval van afkoppeling tegelijkertijd door de automaat kan worden bediend; en (iv) de uitschakelkarakteristiek (de tijd van de loskoppeling afgezet tegen de stroomsterkte). Al deze kenmerken houden rechtstreeks verband met het aardingsstelsel, de vermogens waarvoor de installatie bestemd is en de andere stroomafwaarts en stroomopwaarts aanwezige apparatuur.
116. Uit de door de partijen verstrekte informatie komt naar voren dat deze keuze voornamelijk wordt bepaald door de installatie. Nauwkeuriger gesteld, het lijkt erop dat de kenmerken van het bouwwerk of de industriële vestiging in het algemeen bepalend zijn voor de installatieopzet die de installateur moet kiezen en dat deze opzet op zijn

beurt bepalend is voor de eisen waaraan de componenten van de verdelerpanelen moeten voldoen.

117. Zoals Schneider het bijvoorbeeld stelt: “Een prijsstijging van een automaat voor 16 ampère, die heel veel wordt gebruikt in veel stroomafwaartse delen van de installatie [...]” en daarom in grote aantallen in eindverdelers toegepast, kan van aanzienlijke invloed zijn op de prijs van een paneel (en in sommige gevallen daardoor tot een herziening van de indeling van de installatie leiden). De uiteindelijke keuze van de gebruiker en dus van de installateur wordt echter [...]” vooral bepaald door de topografie van de installatie en de noodzaak van optimale veiligheid in het gebruik.”
118. De partijen geven dus aan dat er voor een gegeven bouwwerk, woning of investering in het algemeen een optimaal elektrisch situatieschema bestaat. Hoewel men voor een gegeven woning bijvoorbeeld in theorie een groot aantal verschillende elektrische installaties zou kunnen ontwerpen (met voor elke kamer een andere automaat, met één automaat per twee kamers, enz.) richt de installateur zich hoofdzakelijk op twee aspecten: de eisen van veiligheid en betrouwbare werking. Deze zijn voor hem aanleiding om veel beveiligingen aan te brengen (teneinde elk circuit apart te kunnen uitschakelen als er een fout optreedt en zo te bereiken dat de stroomtoevoer gehandhaafd blijft in alle circuits waar deze fout geen rol speelt). In de praktijk worden schema's van dit type vaak uitgewerkt met behulp van computerprogrammatuur, zoals het door Schneider aangeboden programma ECODIAL. Deze dienen om de klant de weg te wijzen naar oplossingen met een optimale bedrijfskwaliteit, een dus niet noodzakelijkerwijs naar een zo laag mogelijke prijs van de installatie. De partijen onderstrepen verder dat de keuze voor een groot aantal beveiligingen tevens goede economische gronden kan hebben, want dit biedt de mogelijkheid om de doorsnede (en dus de kosten) van de bekabeling te reduceren.
119. Dit schema is uiteindelijk rechtstreeks bepalend voor de kenmerken van elk circuit en dus van de eisen waaraan de verschillende componenten moeten voldoen.
120. Die eisen zijn dan weer bepalend voor de vraag welke componenten het geschiktst zijn, dat wil zeggen welke er het best aan voldoen zonder nodeloos hogere prestaties te bieden (wat ze duurder zou maken). Ofschoon het in theorie wel mogelijk is componenten te gebruiken die hogere prestaties leveren, biedt zo'n keuze de installateur geen voordelen maar wel een aanzienlijke kostenverhoging. Zoals Schneider ook al aangeeft: “In theorie kan men automaten voor onderverdelers ook wel gebruiken voor eindverdelerpanelen, onder het motto “beter te veel dan te weinig”, maar de kosten van die componenten staan dat niet toe.”

121. Verdelerpanelen kunnen de volgende componenten omvatten:

Tabel 4

Onderdeel	Hoogvermogens-verdelers	Midden-vermogens-verdelers	Laagvermogens-verdelers
Vermogensautomaten	630-6 300 A		
Installatieautomaten	400-1 600 A	100-250 A	
Kleine automaten		63-125 A	6-40 A
Aardlekautomaten			X

Aardlekschakelaars			X
Zekeringen	400-1 600 A	<250 A	6-40 A
Kasten (of behuizingen) en onderdelen daarvan	X	X	X

B.1.3 Indeling van de productmarkten

122. De activiteiten van de partijen omvatten zowel elektrische laagspanningsverdelerpanelen als de componenten daarvoor.

Door de partijen voorgestelde indeling van de productmarkten

123. De partijen stellen voor op het gebied van systemen voor laagspanningsinstallaties ter bescherming van personen en goederen drie productmarkten te onderscheiden. Zij stellen voor hierbij uit te gaan van het niveau van de elektriciteitsdistributie. Men onderscheidt aldus een markt van laagspanningshoofdverdelerpanelen, een markt van laagspanningsonderverdelerpanelen en een markt van eindverdelerpanelen.

Markt van oplossingen

124. Naar de mening van Schneider gaat het bij de onderlinge concurrentie tussen fabrikanten niet in de eerste plaats om componenten voor de panelen (die de fabrikanten verkopen aan de groothandel en die via de groothandel naar paneelbouwers en installateurs gaan) maar om “oplossingen” voor de distributie van elektriciteit door middel van de complete verdelerpanelen die met deze componenten worden samengesteld. Onderling zouden de oplossingen van de verschillende fabrikanten vervangbaar zijn, want ze vervullen dezelfde functies en er zouden dezelfde technische eisen voor gelden. De componenten daarentegen zouden niet onderling vervangbaar zijn, hetzij om redenen van technische compatibiliteit (bij hoofd- en onderverdelers), hetzij omdat installateurs in het algemeen trouw zijn aan een merk en daarom alle componenten van een en dezelfde fabrikant kopen (voor de eindverdelers). Om aan deze vraag te voldoen hebben de fabrikanten een assortiment oplossingen ontwikkeld, hetgeen inhoudt dat zij alle voor de oplossingen benodigde componenten kunnen aanbieden. Deze oplossingen zouden aldus de producten van deze markt vormen.

Drie afzonderlijke markten

125. Schneider is verder van mening dat elk type verdelerpaneel (hoofd-, onder- en eindverdeler) een aparte markt vormt. Allereerst omdat de hoofdverdelers heel andere technische prestaties (met name op het gebied van stroomsterkten) moeten leveren dan onder- en eindverdelers en bovendien minstens ten dele zijn opgebouwd uit componenten die specifiek zijn voor deze categorie verdelers (vermogensautomaten). Anderzijds bevatten hoofdverdelers geen kleine automaten, die heel veel worden toegepast bij onder- en eindverdelers.

126. Ten tweede zouden laagspanningsonderverdelers verschillen van eindverdelers verschillen in die zin dat eindverdelers zijn afgestemd op lagere stroomsterkten (minder dan 125 ampère) en specifieke componenten (met name aardlekbeveiligingen) bevatten die niet in onderverdelers worden toegepast.

Analyse van de Commissie

127. In het volgende gedeelte wordt nagegaan op welke aspecten concurrentie wordt uitgeoefend op de markten die verband houden met verdelerpanelen voor elektriciteitsdistributie. Uit de uitkomsten van het onderzoek van de Commissie blijkt dat verdelerpanelen in het algemeen worden opgebouwd met componenten van één merk. Daarbij moet echter worden aangetekend dat fabrikanten van elektrische materialen ook componenten via de groothandel verkopen en dat zij dus ook onderling concurreren op het niveau van componentenverkoop. Er kan dus worden geconcludeerd dat de relevante markten die in aanmerking moeten worden genomen bij de beoordeling van de gevolgen van de aangemelde transactie voor de concurrentie, de markten zijn van componenten die bestemd zijn om te worden opgenomen in verdelerpanelen.

Verdelerpanelen worden meestal samengesteld met componenten van één merk

128. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt dat verdelers veelal (zeker op het moment van de aanleg van de installatie) worden samengesteld met componenten van één merk. Dit gebeurt om technische redenen, die met name bij onderverdelers een rol spelen, en als gevolg van commerciële praktijken, hetgeen bij de eindverdelers de belangrijkste reden is.

Technische beperkingen

129. Fabrikanten concurreren onderling zowel op het niveau van een afzonderlijke component als op dat van de prestaties van de verdelers die worden samengesteld uit die component in combinatie met andere componenten. Zo maakt een installatieautomaat die niet compatibel is met de andere beveiligingsvoorzieningen in een paneel (andere installatieautomaten, kleine automaten, zekeringen, enz.) weinig kans op de markt.

130. Uit de informatie van de partijen en de uitkomsten van het onderzoek blijkt evenwel dat het bij hoofd- en onderverdelers economisch onmogelijk lijkt de compatibiliteit van bepaalde componenten van verschillend merk te waarborgen. Zo geven de partijen aan dat bij het combineren van componenten van verschillende merken op één paneel paneelbouwers in het algemeen genoodzaakt zijn de goede werking van het aldus geassembleerde geheel opnieuw te testen. De kosten van dergelijke extra tests zouden afhankelijk van de te verstrekken garanties tussen 10 000 en 25 000 EUR liggen, wat deze werkwijze voor een gegeven paneel economisch niet verantwoord maakt.

131. Zo zouden ook de kasten en bepaalde kastelementen (bevestigingsplaten, enz.) die fabrikanten verkopen voor onderverdelers, speciaal zijn afgestemd op de componenten van de betrokken fabrikant. De fabrikanten hebben namelijk eigen montagesystemen ontwikkeld, die het opbouwen van een paneel zo gemakkelijk mogelijk moeten maken.

132. Een onderverdeler omvat normaliter bij het aansluitpunt een installatieautomaat voor de stroomtoevoer aan en beveiliging van een aantal aparte uitgangen, die elk zelf worden gevoed en beveiligd door een kleine automaat. Om te waarborgen dat bij een fout op één uitgang alleen dat circuit uitvalt en niet alle uitgangen van de verdeler, moet ervoor worden gezorgd dat een fout op één uitgang wordt opgevangen door de beveiliging van die uitgang zelf en niet door de beveiliging die zich bij het aansluitpunt van het paneel bevindt. Dit wordt aangeduid met de term “selectiviteit”.

133. Het blijkt dat althans bij onderverdelers deze selectiviteit wordt bereikt door zeer nauw luisterende constructieve eigenschappen van componenten (op punten als de snelheid waarmee de contacten uiteengaan, de hoeveelheid energie die de schakelaar bij het onderbreken doorlaat, enz.). Deze hangen samen met het ontwerp en de fabricage van de producten, en volgens Schneider kunnen twee automaten die ten aanzien van de toepasselijke normen identiek zijn, toch op het punt van selectiviteit uiteenlopen. Hierdoor zou het niet mogelijk zijn bij de toepassing van automaten van verschillend fabrikaat een goede selectiviteit te garanderen.
134. Voor paneelbouwer en installateur zijn compatibiliteit en selectiviteit van cruciaal belang, want juist die factoren stellen de paneelbouwer in staat de goede werking van het samengestelde paneel te garanderen en zeker te zijn dat goed in de behoeften van de klant is voorzien. Aangezien compatibiliteit en selectiviteit alleen gegarandeerd zijn als men zich aan één merk houdt, zullen paneelbouwers ervan afzien om componenten van verschillende merken te combineren. Zij zullen dus alle voor een paneel benodigde materialen van één dezelfde fabrikant aanschaffen. Zoals één paneelbouwer het heeft gesteld²⁷: “Je moet geen producten van verschillende merken gaan mengen. [...]” * Een van de regels bij het installeren is dat je voor alles hetzelfde merk moet gebruiken.”
135. Hieruit volgt dat bij hoofd- en onderverdelers de keuze van een kernonderdeel, zoals een installatieautomaat, in het algemeen inhoudt dat de keuze voor alle overige voor het betrokken paneel benodigde beveiligingscomponenten op hetzelfde merk moet vallen. Als een paneelbouwer bijvoorbeeld het merk van de installatieautomaat voor zijn paneel eenmaal heeft bepaald, heeft hij daarmee in feite zijn keuzemogelijkheden van de andere componenten (kast, kleine automaten, enz.) voor zijn paneel beperkt, want hij kan dan immers alleen nog merken kiezen waarvan de compatibiliteit met de geselecteerde installatieautomaat gewaarborgd is.
136. Het blijkt evenwel niet voor alle onderdelen van een paneel noodzakelijk te zijn dat men zich aan hetzelfde merk houdt: voor bepaalde componenten lijkt er een zekere ruimte voor het door elkaar gebruiken van merken te zijn. Dat lijkt in het bijzonder te gelden voor onderdelen die niet rechtstreeks beveiligingsfuncties verrichten, zoals kastelementen. De marktaandelen van de partijen lopen dan ook voor de diverse componenten voor het samenstellen van onderverdelers soms aanzienlijk uiteen. Op het gebied van automaten voor onderverdelers zou Schneider in Frankrijk bijvoorbeeld een marktaandeel hebben van [50-90]*%, terwijl haar marktaandeel voor kasten niet meer dan [30-40]*% van de markt zou bedragen. Volgens de partijen zijn deze verschillen te verklaren uit de uiteenlopende oplossingen waaruit voor een gegeven type laagspanningsverdeler kan worden gekozen. Als dat inderdaad zo is, wijzen de zojuist genoemde cijfers erop dat gemiddeld de door Schneider verkochte onderverdelers bijna tweemaal zoveel automaten bevatten als de onderverdelers die de concurrentie levert. Dat lijkt niet erg waarschijnlijk, met name gezien de gediversifieerde klantenkring van Schneider in Frankrijk. Een waarschijnlijker verklaring lijkt dat vermenging van merken op het gebied van automaten niet veel voorkomt (uit overwegingen van compatibiliteit en selectiviteit), terwijl deze bij kastelementen vaker voorkomt omdat daarvoor de keuze niet wordt beperkt zoals bij automaten het geval is om redenen van selectiviteit en compatibiliteit. Hetzelfde geldt voor aardlekbeveiligingen, die eveneens veel door gespecialiseerde bedrijven worden geleverd. Een voorbeeld daarvan is Baco, een

²⁷ Spie Trindel, antwoord op vragenlijst fase I.

dochteronderneming van Legrand die onder eigen merknaam aardlekbeveiligingen op de markt brengt. Op het gebied van eindverdelers tenslotte blijken de door de partijen opgegeven marktaandeelen per component sterk uiteen te lopen.

Commerciële praktijken

137. Vermenging van producten van verschillende merken blijkt bij eindverdelers technisch mogelijk en wordt soms ook toegepast. Zoals de partijen stellen, worden eindverdelerpanelen echter vrijwel altijd gebouwd met onderdelen die de installateur zelf kiest, en die “zijn doorgaans trouw aan één merk en kopen de complete set benodigdheden ervoor van één fabrikant, omdat dit de montage van het paneel vergemakkelijkt, de producten visueel bij elkaar passen, het de goede werking van de apparatuur bevordert en zij vertrouwen hebben in de technische kwaliteit van de fabrikant”.²⁸ Hoewel er bij eindverdelers geen technische belemmeringen bestaan met betrekking tot de toepassing van componenten van verschillende merken, zouden installateurs al hun componenten doorgaans toch van één merk betrekken.
138. Uit deze overwegingen blijkt verder dat het in deze sector een aanzienlijk concurrentievoordeel vormt om binnen één merk een compleet productengamma te kunnen bieden. Zoals één fabrikant verklaarde²⁹: “Gezien de marktontwikkelingen, die in de richting gaan van de levering van complete installaties en geïntegreerde systemen, wordt de ruimte die overblijft voor kleine producenten en de makers van afzonderlijke componenten steeds verder beperkt.”
139. De vraag naar complete productengamma's is allereerst te verklaren uit het feit dat installateurs en paneelbouwers bij voorkeur werken met merken die hun de garantie bieden van veiligheid en compatibiliteit, ongeacht de gekozen configuratie en dus ongeacht de keuze en montage van de verschillende onderdelen. Gezien de verscheidenheid van componenten die een hoofd- of onderverdeler kunnen worden opgenomen (het aanbod van Schneider omvat meer dan 3 000 referentienummers voor onderverdelers) moet een merk het volledige gamma van beveiligingsmaterialen kunnen bieden dat in deze panelen kan worden opgenomen.
140. Het belang van een uitgebreid productassortiment en de omstandigheid dat er bijna nooit componenten van verschillende merken worden gecombineerd, worden versterkt door enkele andere kenmerken van de sector. In de eerste plaats, zoals General Electric (GE) aangeeft, “streven paneelbouwers en installateurs er doorgaans naar al hun producten te betrekken van één leverancier of merk. Dat verlaagt hun aanschafkosten, biedt hun een betere toegang tot opleidingen en onderhoudsdiensten en waarborgt de technische compatibiliteit van de verschillende componenten.” Daar komt bij dat bepaalde paneelbouwers en installateurs hebben aangegeven dat er prijskortingen of cursussen worden aangeboden bij aanschaf van productenpakketten of bij een bepaalde jaarlijkse afname van producten van een gegeven merk. Zoals de uitkomsten van het onderzoek hebben aangetoond, vormt een uitgebreid productassortiment een aanzienlijk voordeel bij de toegang tot de groothandel.

²⁸ P. 54 - Formulier CO.

²⁹ Gewiss, antwoord op vragenlijst fase I.

141. Alle grote concurrenten van de partijen (zoals ABB, Siemens, Hager) bieden een volledig componentengamma. Fabrikanten van middenformaat, die niet alle componenten in hun productiepakket hebben, moeten hun leemten in het algemeen aanvullen met bij andere fabrikanten ingekochte componenten en die vervolgens met hun eigen aanbod integreren. Dat geldt bijvoorbeeld voor Moeller (die vermogensautomaten inkoopt bij Schneider), voor Gewiss (die zijn onderverdelers heeft ontwikkeld rond installatieautomaten van ABB) en ook voor Schneider (die zekeringlastschakelaars inkoopt bij ABB en zekeringen bij Holec en Harvey Bubble).

De concurrentie tussen fabrikanten onderling en richting vraagzijde vindt ook plaats op het niveau van losse componenten

142. Het standpunt van de partijen aangaande de bepaling van de relevante productmarkten op basis van de uiteindelijke samenvoeging van componenten tot “oplossingen” lijkt bij nader onderzoek niet goed houdbaar. Dit standpunt is namelijk, zoals hierna wordt toegelicht, niet in overeenstemming met de economische realiteit. Zoals ook uit documenten van de partijen naar voren komt, is er ook concurrentiedruk op het niveau van de afzonderlijke componenten.

Uit de economische realiteit blijkt dat de markt functioneert op basis van de verkoop van componenten

143. In haar besluit van 30 maart 2001 uit hoofde van artikel 6, lid 1, onder c, van de concentratieverordening heeft de Commissie aangegeven dat zij de mogelijkheid niet uitsloot dat elk van de verschillende categorieën componenten voor verdelerpanelen een relevante productmarkt vormt. In dat geval zouden de productmarkten veeleer moeten worden vastgesteld op basis van de categorieën componenten dan op basis van “oplossingen”. De Commissie heeft in haar besluit van 30 maart 2001 met name opgemerkt dat veel derden hadden aangegeven dat elektrische componenten door fabrikanten in het algemeen los worden verkocht aan groothandelaren of paneelbouwers (voor inbouw door installateurs of paneelbouwers zelf), en dat de fabrikanten deze niet zelf integreren in complete “oplossingen”.
144. In het hiervoor genoemde besluit heeft de Commissie tevens opgemerkt dat bepaalde concurrenten niet in staat schenen zelf alle componenten te vervaardigen die nodig zijn voor de “oplossingen” (verdelerpanelen) die ze aanbieden, en dat in de catalogussen van de partijen de door hen voorgestelde indeling in hoofdverdelers, middenverdelers en eindverdelers niet wordt gehanteerd maar integendeel in deze catalogussen de componenten per productlijn of gamma op basis van hun prestaties worden gepresenteerd.
145. Het diepgaande onderzoek van de Commissie heeft bevestigd dat groothandelaren, installateurs en paneelbouwers losse componenten kopen en dat de fabrikanten die verkopen. Echte verkoop van reeds afgebouwde panelen komt niet voor. De rol van paneelbouwers en installateurs is juist gelegen in het samenstellen van verdelerpanelen passen bij de technische kenmerken van de installaties waarvoor ze bestemd zijn. Het ontwerp van een paneel, het samenstellen ervan, met name het daarin opnemen van automaten (vermogensautomaten, installatieautomatie of kleine automaten), zekeringen en aardlekschakelaars en ook de keuze van deze componenten hangen in de eerste plaats af van de technische kenmerken van de installaties.

146. Er is dus geen “standaardverdelerspaneel”, want elk paneel dient te worden afgestemd op de nagenoeg unieke kenmerken van de installatie waarvan hij deel moet gaan uitmaken. Zoals Legrand aangeeft³⁰: “De verscheidenheid aan voorkomende configuraties is zeer groot, en dat maakt het erg lastig te bepalen wat een standaardpaneel is.” Een verdelerspaneel wordt eigenlijk pas ontworpen en samengesteld op het niveau van de paneelbouwer, de installateur en/of het ingenieursbureau, in overleg met de eindgebruiker.
147. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen niet dat er nauwelijks “standaardverdelerspanelen” bestaan, maar ze stellen dat er wel algemeen bruikbare oplossingen zijn. Zo wijzen zij erop dat het bij het samenstellen van een verdeler altijd gaat om dezelfde soorten componenten (automaten, aardlekbeveiligingen, kast- of behuizingselementen, enz.) en dat de afnemers bovendien behoefte hebben aan standaardoplossingen, zoals wordt geïllustreerd door de ontwikkeling van computerprogramma’s ter ondersteuning van de afnemers van de fabrikanten, namelijk de installateurs.
148. De Commissie bestrijdt deze opvattingen niet, maar is van mening dat ze op geen enkele wijze gezien mogen worden als bewijs voor het bestaan van een standaard verdelerspaneel. Het feit dat alle verdelers van een gegeven type in het algemeen met dezelfde soorten elementen werken, bewijst dat ze alle eenzelfde functie vervullen, maar geenszins dat ze allemaal gelijk zijn. Het eigen karakter van elk verdelerspaneel (en dus het vrijwel ontbreken van een standaardtype) wordt overigens bevestigd door het bestaan van programma’s ter ondersteuning van hun dimensionering. Deze dienen immers voor het bepalen van de samenstelling die optimaal in de behoeften van elke klant voorziet. De Commissie blijft dan ook bij haar standpunt dat er met uitzondering van enkele standaard eindverdelers, die alleen bruikbaar zijn voor specifieke configuraties en die slechts en zeer geringe percentage van de totale verkoop uitmaken, geen standaardverdelers bestaan, en dat wat de partijen aanduiden als standaardoplossingen, veeleer lijkt neer te komen op samenhang binnen eigen productlijnen.
149. In het algemeen produceren en verkopen van fabrikanten van elektrisch materiaal dus geen panelen maar leveren zij (rechtstreeks of indirect via de tussenhandel) aan externe bedrijven (paneelbouwers, installateurs) componenten die deze bedrijven nodig hebben voor de elektrische installaties van hun eigen klanten. De catalogussen van de partijen en van hun concurrenten zijn overigens ingedeeld op basis van soorten componenten en niet van soorten verdelers. Deze catalogussen vermelden gedetailleerde technische gegevens van de componenten, echter zonder dat daarbij noodzakelijkerwijs wordt aangegeven voor welke verdelertypen ze geschikt zijn.
150. Bovendien hebben de partijen aangegeven dat de verkoop van materialen voor laagspanningseindverdelers en -onderverdelers voor meer dan 80% via distributeurs verloopt. Zoals Schneider het zelf heeft gesteld³¹, “koopt [elke groothandelaar] bij de partijen componenten of combinaties van componenten om te beschikken over de voorraden die nodig zijn voor de verschillende configuraties van de systemen die zijn eigen klanten moeten maken.” Dit antwoord bevestigt dat de bestellingen van de

³⁰ Legrand, antwoord op vraag 65.

³¹ Antwoorden van de partijen op de vragen 68 en 113 van de vragenlijst van 6 april 2001.

groothandel op het gebied van onder- en eindverdelers betrekking hebben op componenten en niet op geïntegreerde oplossingen.

151. In antwoord op vragen van de Commissie³² heeft Schneider voor elk land binnen de EER kopieën verstrekt van de voornaamste orders voor laagspanningsonderverdelers en -eindverdelers, alsook van de facturen die bij deze orders horen. Hieruit blijkt heel duidelijk dat de orders die Schneider van klanten ontvangt vrijwel altijd betrekking hebben op componenten, die worden aangeduid met hun exacte referentienummer, en niet op oplossingen. Uitzonderingen hierop zijn zeldzaam en betreffen vrijwel altijd directe verkopen aan klanten buiten de kringen van groothandelaren en paneelbouwers. Zoals hierboven al is aangegeven, vormen deze slecht een marginaal deel van de omzet (minder dan 5% voor onderverdelers en minder dan 10% voor eindverdelers).
152. Uit de hierboven geschetste gegevens komt duidelijk naar voren dat de verkopen van de partijen op de gebieden van onder- en eindverdelers zich vrijwel totaal afspelen op het niveau van componenten en niet op dat van “integrale oplossingen”. Voor de concurrenten geldt hetzelfde.

Concurrentiedruk wordt uitgeoefend op het niveau van componenten

153. Uit onderzoek naar de oorzaken van het feit dat bij de componenten van een paneel meestal één merk wordt gebruikt (om technische redenen en als gevolg van commerciële praktijken), blijkt dat een fabrikant die het complete componentengamma kan aanbieden (wat een vereiste is om een marktpositie te kunnen veroveren) en bovendien een extra sterke positie inneemt op het gebied van één componenttype, in staat zou zijn macht uit te oefenen op de markt voor dit componenttype.
154. Bij de eindverdelers lijkt de enige reden voor de toepassing van componenten van één merk gelegen in de merkentrouw van installateurs. Uit onderzoek van de concurrentievoorwaarden blijkt evenwel dat marktaandeelen voor de verschillende componenttypen onderling aanzienlijk uiteen kunnen lopen. Zo wijzen de uitkomsten van het onderzoek uit dat voor bepaalde fabrikanten het aandeel op de markt van de ene component tweemaal zo groot kan zijn als dat op de markt van de andere component. Zulke verschillen lijken erop te wijzen dat de concurrentievoorwaarden niet voor alle componenten gelijk zijn.
155. Bij de onderverdelers voeren de partijen technische factoren (compatibiliteit en selectiviteit) aan ter onderbouwing van een marktanalyse waarbij uitsluitend wordt uitgegaan van “oplossingen”. Verder verwijzen zij naar hun memorie van antwoord, waarin wordt gesteld dat paneelbouwers door de keuze voor componenten van één merk aanzienlijke tijdswinst (van 25% tot 50%) kunnen boeken bij de montage van een paneel.
156. Zoals evenwel hierboven is aangegeven, lijkt toepassing van componenten van verschillende merken wel voor te komen, althans wat betreft kastelementen. Bovendien is het, ondanks het feit dat er geen automaten van verschillende merken worden gecombineerd, niet onmogelijk dat de concurrentievoorwaarden voor enerzijds installatieautomaten, die “sleutelcomponenten” zijn waarvan de keuze mede bepalend is voor die van andere beveiligingscomponenten, en anderzijds die andere

³² Vragen 70 en 112 - vragenlijst 6 april 2001.

beveiligingscomponenten, verschillen. Fabrikanten zullen in de praktijk namelijk de neiging hebben het zwaartepunt van hun O&O-inspanningen veeleer te leggen bij deze sleutelcomponenten dan bij andere componenten. Dit wordt overigens bevestigd door de informatie die de partijen in hun memorie van antwoord hebben verstrekt. Hieruit blijkt dat in Italië (gedurende de periode 1998-2000) het verschil tussen de laagste prijs (bij speciale aanbiedingen) en de hoogste (zonder aanbiedingen) voor installatieautomaten tot [20-30]*% bedroeg, terwijl voor kleine automaten het grootste prijsverschil niet boven [10-20]*% kwam. Dit lijkt aan te geven dat promotionele kortingen van oudsher groter zijn bij zulke “sleutelcomponenten” dan bij andere typen automaten.

157. De analyse op het niveau van de componenten lijkt des te relevanter omdat de waarde van een merk doorgaans op basis van dit niveau wordt bepaald. Overigens beoordelen de partijen hun eigen positie op de markt van materialen voor laagspanningsdistributie van elektriciteit ook op dit niveau. In de middellangetermijnplannen 2001-2005 die Legrand voor de meeste EER-landen heeft opgesteld, worden de marktaandelen vermeld die Legrand heeft per componentcategorie (“vermogensautomaten”, “installatieautomaten [voor verdelerpanelen]”, “aardlekschakelaars”, “behuizingen”). In deze documenten is daarentegen geen enkele analyse op basis van “oplossingen” (dat wil zeggen per type laagspanningsverdelerpaneel) te vinden.
158. In de interne documenten van de partijen zijn bovendien analyses te vinden die het belang onderstrepen van de componenten op zich. Zo meldt Bticino, een bedrijf dat tot de Legrand-groep behoort³³: “[...]”³⁴. Legrand zelf³⁴ stelt specifieke en afzonderlijke analyses op voor zowel installatieautomaten als aardlekschakelaars. Bij Schneider wordt in een driejarenplan voor [...] de nadruk gelegd op het positieve effect van de introductie van een nieuwe productlijn [...] en op te verwachte waarde hiervan voor de verkoop van andere producten. [...] Schneider rekent op zijn productlijn [...] voor het versterken van zijn positie op de industriële markt en wijt daarnaast eigen zwakke concurrentiepositie op de residentiële markt aan zijn productlijn [...].
159. De wijze waarop in deze documenten de strategische rol van een component (in het onderhavige geval een [...]) wordt onderstreept, vormt een goede illustratie van het belang van componenten in de concurrentiestrategie van de verschillende fabrikanten. Ook komt de rol van componenten heel duidelijk naar voren in de reclame die de fabrikanten richten op installateurs en paneelbouwers. Hierin wordt namelijk sterk de nadruk gelegd op de kwaliteit van de gepresenteerde componenten, en niet ingegaan op complete oplossingen die men op basis van deze componenten kan samenstellen.
160. Tenslotte dient te worden opgemerkt dat [...] ³⁵
161. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen het bestaan van een machtspositie op het niveau van componenten. Zij stellen met name dat de test van de hypothetische monopolist niet kan worden uitgevoerd voor een gegeven soort component, aangezien alle fabrikanten een volledig assortiment aanbieden. Een hypothetisch monopolie op één enkel componenttype staat in hun visie buiten de marktrealiteit.

³³ Bticino, middellangetermijnplan [...].

³⁴ Legrand, middellangetermijnplannen.

³⁵ Schneider, La convergence tarifaire européenne.

162. De Commissie deelt deze zienswijze niet. Ook is een hypothetisch monopolie op één enkel componenttype niet in overeenstemming met de marktrealiteit, dat kunnen zich nog altijd verschillen in de concurrentievoorwaarden (en dus in mogelijke marktposities) per componenttype voordoen. Het feit dat alle fabrikanten het hele componentengamma moeten bieden dat installateurs nodig hebben en kopen om verdelers te maken, betekent niet dat het concurrentievermogen van de verschillende fabrikanten, de kenmerken van de vraag en daarmee de prijsvorming voor alle componenten gelijk zijn. Of, anders gesteld, het feit dat de test van de hypothetische monopolist om technische redenen niet kan worden uitgevoerd op het niveau van componenten (omdat alle fabrikanten het hele productengamma aanbieden), betekent wel dat zich waarschijnlijk geen monopoliesituatie kan voordoen op het niveau van één enkel componenttype, los van alle andere, maar verhindert op zichzelf niet dat er op componentniveau sprake kan zijn van een machtspositie.

163. Het simpele (niet door de partijen bestreden) feit dat er “sleutelcomponenten” bestaan, toont aan dat sommige componenten belangrijker zijn dan andere en dat de concurrentievoorwaarden voor deze componenten dus kunnen verschillen van die voor andere componenten. Bovendien worden, zoals hierboven is aangegeven, bij sommige componenten, met name elementen voor kasten en behuizingen, wel verschillende merken gecombineerd en bij andere niet.

164. Dit alles wordt overigens ruimschoots bevestigd door de door Schneider verstrekte informatie, waaruit aanzienlijke verschillen naar voren komen in de winstmarges die voor de verschillende componenttypen.

Overzicht van marges

Type component	Hoofdverdelers		Onderverdelers		Eindverdelers	
	Bruto marge	Netto marge	Bruto marge	Netto marge	Bruto marge	Netto marge
Vermogensautomaten	[40-60]*%	[20-40]*%				
Installatieautomaten	[40-60]*%	[10-30]*%	[50-70]*%	[20-40]*%		
Kleine automaten en aardlekbeveiligingen			[50-70]*%	[20-40]*%	[50-70]*%	[20-40]*%
Kasten (of behuizingen) en onderdelen daarvan	[20-40]*%	[0-20]*%	[50-70]*%	[20-40]*%	[20-40]*%	[0-20]*%

Bron: Schneider, antwoord op vragenlijst dd. 6 april 2001

Conclusie

165. Zoals de Commissie in haar bekendmaking inzake de bepaling van de relevante markt heeft gesteld³⁶: “De bepaling van een [...] markt is erop gericht, vast te stellen welke feitelijke concurrenten van de betrokken ondernemingen in staat zijn te wege op het gedrag van de betrokken ondernemingen of deze te beletten onafhankelijk van daadwerkelijke concurrentiedwang op te treden.” Het bepalen van de relevante markt heeft ten doel die terreinen te bepalen waar een mogelijk dominante partij een

³⁶ Bekendmaking van de Commissie inzake de bepaling van de relevante markt voor het gemeenschappelijke mededingingsrecht, PB C 372 van 9.12.1997.

machtspositie zou kunnen verwerven en een begrippenkader te bieden om de omstandigheden van vraag en aanbod binnen deze terreinen te kunnen analyseren.

166. Uit de voorgaande analyse blijkt dat fabrikanten hun marktmacht op twee niveaus kunnen uitoefenen: enerzijds het niveau van de merken (en daarmee van het geheel van componenten voor opname in verdelers) en anderzijds het niveau van elk apart componenttype.
167. De fabrikant wordt namelijk door de veel voorkomende voorkeur van afnemers voor één merk genoodzaakt om een compleet productengamma te bieden en de (technische en economische) prestaties van de met zijn producten samengestelde verdelers te garanderen. Bovendien zullen afnemers, wanneer zij eenmaal een component (bijvoorbeeld een automaat) hebben geselecteerd, doorgaans de overige componenten voor dezelfde verdeler doorgaans van hetzelfde merk aanschaffen. Dat geldt in het bijzonder voor de andere automaten op onderverdelerpanelen, om redenen van compatibiliteit en selectiviteit die in het voorgaande zijn behandeld. Er is dus een eerste concurrentieniveau dat overeenkomt met het totale componentenscala (of althans het totale scala van alle beveiligingscomponenten).
168. Uit het voorgaande volgt echter ook (i) dat het vasthouden aan één merk niet absoluut is, bij eind- zomin als bij onderverdelers; (ii) dat het door elkaar gebruiken van verschillende merken bij kast- en behuizingselementen meer voor lijkt te komen dan bij beveiligingscomponenten; (iii) dat de merkkeuze in de praktijk wordt bepaald door de keuze voor bepaalde “sleutelcomponenten”; en (iv) dat de concurrentieposities van de verschillende fabrikanten van componenttype tot componenttype zeer aanzienlijk kunnen uiteenlopen. De concurrentievoorwaarden zijn dus niet gelijk voor de verschillende typen componenten. Dit wordt overigens ook ruimschoots bevestigd door de informatie die de partijen in hun memorie van antwoord hebben verstrekt. Daaruit blijkt namelijk dat er voor elk type component (zoals een bepaalde kleine automaat of behuizing) specifieke promotieacties zijn, wat er duidelijk op wijst dat de concurrentiedruk van component tot component verschilt. Bovendien lijken deze promotieacties op het gebied van onderverdelers aanzienlijk intensiever voor sleutelcomponenten (installatie-automaten) en componenten die in combinatie met andere merken kunnen worden gebruikt (kastelementen) dan voor kleine automaten.
169. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen deze analyse: zij stellen dat de concurrentie uitsluitend moet worden beoordeeld op het niveau van de verdelerpanelen, dat wil zeggen het totaal van de componenten die voor het samenstellen van een gegeven paneel worden gebruikt. Zij baseren zich hierbij met name op (i) technische overwegingen (compatibiliteit, selectiviteit, enz.) en economische argumenten (montagetijd) die het door elkaar gebruiken van componenten van verschillende merken belemmeren, (ii) de merkentrouw van installateurs en paneelbouwers, en (iii) het feit dat elke fabrikant een assortiment biedt en ook moet bieden dat alle componenten omvat die voor het maken van een verdelerpaneel nodig zijn. De partijen ontlenen verder argumenten aan de uitkomsten van een onderzoek dat ze in opdracht hebben gegeven aan het bureau NERA en waaruit volgens hen een zeer sterke correlatie naar voren komt tussen de verkoopvolumes voor de afzonderlijke componenttypen. De partijen menen dat deze correlatie van verkoopvolumes aantoont dat er één overkoepelende componentenmarkt bestaat.

170. Zoals hierboven is aangegeven bestrijdt de Commissie niet het bestaan van een eerste concurrentieniveau voor het geheel van de componenten die voor een gegeven stroomverdelerspaneel nodig zijn, en evenmin dat deze concurrentie fabrikanten ertoe dwingt een volledig assortiment te voeren en garanties te geven aangaande de technische en economische kwaliteit van de verdelerspanelen die daarmee worden samengesteld. Ze is evenwel van mening dat de concurrentie zich niet uitsluitend op dit niveau afspeelt maar ook op dat van elk type component afzonderlijk.
171. Verder meent de Commissie dat de door NERA verstrekte gegevens de relevantie van een analyse op het niveau van de afzonderlijke componenten niet weerlegt, maar integendeel bevestigt. In de eerste plaats omdat eruit blijkt dat fabrikanten veel promotionele acties opzetten die vooral lijken te zijn gericht op de markt voor een specifiek componenttype veeleer dan op het hele assortiment componenten dat voor het maken van panelen nodig is. Zo heeft Schneider in juni en juli 2000 kortingen aangeboden van [0-20]*% op bepaalde [...] en prijsverlagingen van [20-40]*% op bepaalde [...]. Evenzo heeft Legrand promotieacties gevoerd voor bepaalde typen [...] voor eindverdelers en op andere tijdstippen acties voor bepaalde [...]. De hoogte van de verleende kortingen en het feit dat ze op specifieke componenten zijn gericht, bewijzen dat er specifiek wordt geconcurrereerd op het niveau van de afzonderlijke typen componenten.
172. In de tweede plaats lijkt de door de partijen verstrekte informatie er verder op te wijzen dat deze promotieacties een zeer aanzienlijk effect hebben op de verkoop van de betrokken artikelen, terwijl invloed ervan op de verkoopaantallen van de andere componenten waarvan te verwachten zou zijn dat ze in combinatie met de gepromote producten “oplossingen” kunnen leveren, slechts bescheiden is. We zien bijvoorbeeld dat toen Bticino (in Italië) in januari 2000 een korting van [0-20]*% gaf op bepaalde [...], de verkoop ten opzichte van december 1999 met [0-20]*% toenam, terwijl de verkoop van [...] ten opzichte van de voorafgaande maand met slechts [0-20]*% steeg. Dit verschil wordt nog sprekender als we de seizoeninvloeden in de verkoopcijfers verdisconteren, want dan zou de verkoop van [...] zelfs [0-10]*% lager uitkomen dan in de voorgaande maand (terwijl de verkoop van [...] juist met [20-30]*% is toegenomen). Dit wekt de indruk dat promotieacties voor componenten geen algemeen effect hebben op het totaal van de onderdelen die nodig zijn voor het samenstellen van panelen, hetgeen opnieuw bevestigt dat er een tweede concurrentievorm is op het niveau van losse componenten.
173. In de derde plaats blijkt uit de door NERA verstrekte informatie dat er geen significante correlatie bestaat tussen de prijsschommelingen van de verschillende componenten. Deze schommelingen weerspiegelen de ontwikkeling van vraag en aanbod van de betrokken producten, en het ontbreken van correlaties illustreert nogmaals dat elke type component een afzonderlijke markt vormt en bevestigt bovendien dat de prijzen van elk componenttype in hoge mate worden bepaald door overwegingen die specifiek voor dat type component gelden (veeleer dan door veranderingen in de concurrentiesituatie op het niveau van de panelen waarvoor ze bestemd zijn).
174. Tenslotte meent de Commissie dat de door NERA waargenomen correlatie tussen de verkoopaantallen van componenten niet strijdig is met de opvatting dat er specifieke concurrentie is op het niveau van afzonderlijke componenten. Bij de berekening van deze correlatie is namelijk in het geheel geen rekening gehouden met het seizoengebonden karakter van de activiteit. Soms is deze seizoengebondenheid zeer uitgesproken, met name in de maand augustus, wanneer de afzet vergeleken met die in

juli met meer dan 75% kan terugvallen. Doordat NERA dit effect niet heeft geïsoleerd, vormen de door haar voorgelegde cijfers een aanzienlijke overschatting van de werkelijke correlatie van de verkoopaantallen. Om die te bepalen heeft de Commissie uitgaande van de door de partijen verstrekte verkoopcijfers eigen berekeningen gemaakt, die uitwijzen dat na verdiscontering van de seizoensinvloeden op de verkoop de correlatie aanzienlijk daalt, en wel tot waarden (van de orde van 0,7) die geen betrouwbare conclusies meer toestaan.

175. Hoe dit ook zij, het lijkt duidelijk dat er een zeker verband moet bestaan tussen de verkoopaantallen van verschillende componenttypen, want uiteindelijk gaat het om de verkoop van geassembleerde panelen en die zijn immers opgebouwd met de betrokken componenten. De Commissie is evenwel van mening dat het bestaan van dit verband niet de conclusie rechtvaardigt dat alle componenten deel uitmaken van één enkele productmarkt. Op een ander terrein toegepast zou de door NERA gehanteerde redenering neerkomen op de opvatting dat omdat er (waarschijnlijk) een verband bestaat tussen de afzet van autobanden en de aantallen verkochte automotoren (verkoopaantallen die allebei samenhangen met de aantallen verkochte auto's), banden en motoren tot eenzelfde productmarkt behoren. Die conclusie lijkt nogal ongerijmd, want het betreft immers twee producten die op geen enkele wijze onderling substitueerbaar zijn (aan de vraagzijde noch aan de aanbodzijde), en er bestaan fundamentele verschillen in de structuur van de concurrentie in de twee sectoren (aanwezigheid van geïntegreerde producenten, concentratieniveaus, enz.). Het is overigens om deze reden dat econometrische studies aangaande het bepalen van productmarkten in het algemeen uitgaan van correlatie van prijzen veeleer dan van verkoopaantallen³⁷. De Commissie is daarom van mening dat dit verband geen afbreuk doet aan het optreden van concurrentie op het niveau van elk type component, met name gezien de hierboven nader toegelichte feiten en overwegingen. Het feit dat de verkoopcijfers van bepaalde componenten oplopen terwijl die van andere teruggaan, ondanks de onloochenbare relatie tussen componenten, vormt een extra bevestiging van deze analyse.
176. Hoe dit ook zij, ook al wordt het belang van merken en productassortimenten voor de concurrentieverhoudingen erkend, de kracht van een merk berust hoofdzakelijk op de mate waarin de verschillende componenten concurrerend zijn. Een leverancier met een (eventueel) monopolie op een component zou op daaraan een machtspositie op de markt kunnen ontleen en de analyse van de moet betrekking hebben op het niveau van elk type component.
177. De Commissie concludeert derhalve dat de analyse van de effecten van de aangemelde concentratie op de concurrentievoorwaarden op twee niveaus moet plaatsvinden: enerzijds dat van het totaal van de componenten die nodig zijn voor het opbouwen van een gegeven type verdelerpaneel (het niveau dat de partijen voorstellen) en anderzijds op het niveau van de verschillende componenten die bestemd zijn voor inbouw in eind- en onderverdelers.

³⁷ Zie voor de theoretische grondslagen bijvoorbeeld het artikel van Stigler en Sherwin, "The extent of the market", *Journal of Law and Economics* vol. 28, 555-585, oktober 1985.

Segmentatie van de producten

Onderscheid naar functie

178. De Commissie stelt vast dat de verschillende soorten componenten die bij stroomverdelers worden toegepast, niet onderling substitueerbaar zijn. Het behoeft geen betoog dat een kast (doorgaans van metaal, opgebouwd uit een raamwerk waar platen en een deur op aangebracht worden) of een kunststof behuizing op geen enkele wijze een component met een beveiligingsfunctie (zoals een automaat of een zekering) kan vervangen.
179. Binnen de groep van beveiligingscomponenten moet bovendien duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen enerzijds automaten en zekeringen (die als functie hebben de elektrische installatie te beveiligen tegen overbelasting en kortsluitingen) en anderzijds aardlekbeveiligingen (die voor bescherming van personen dienen). Om dezelfde reden lijken aardlekautomaten, die de functies van een aardlekschakelaar en een automaat combineren, niet substitueerbaar met de andere beveiligingsvoorzieningen.
180. Deze indeling geldt eveneens voor de aanbodzijde, want volgens de partijen wordt elk van deze soorten componenten geproduceerd in een aparte, speciaal daarvoor ingerichte productielijn (en veelal in een aparte fabriek). Dit maakt het onmogelijk er enig ander type componenten te maken en overschakeling op andere productielijnen is economisch niet haalbaar.

Onderscheid tussen automaten en zekeringen

181. Zekeringen verzorgen een functie die vergelijkbaar is met die van automaten (beveiliging tegen kortsluiting en overbelasting), maar de techniek ervan is verschillend. Terwijl automaten werken met een elektromagnetische schakelaar, is de werking van zekeringen gebaseerd op het doorsmelten van een elektrische geleider die bij het optreden van kortsluiting of een te grote stroomsterkte oververhit raakt. Een consequentie hiervan is dat zekeringen na een kortsluiting of overbelasting moeten worden vervangen, in tegenstelling tot automaten, die eenvoudig weer kunnen worden ingeschakeld zolang de stroomsterkte het maximale kortsluitvermogen niet heeft overschreden. Bovendien moet er bij een zekering altijd een mogelijkheid zijn het circuit uit te schakelen zodat de zekering kan worden vervangen zonder dat er spanning op staat. En tenslotte is een zekering weliswaar (bij installatie) goedkoper dan een automaat, maar vergt hij meer onderhoud voor onder meer vervanging, zodat dat de totale kosten ervan wel eens hoger kunnen zijn. Wegens deze verschillen en het bedieningsgemak dat automaten bieden, worden deze laatste nu meer toegepast dan zekeringen, die ze op langere termijn gezien lijken te gaan vervangen.
182. Gezien de technische verschillen tussen zekeringen en automaten en de gevolgen daarvan voor het onderhoud van stroomverdelers, alsmede de verschillen in productietechnologie tussen deze twee soorten componenten, mag men zich afvragen of het wel noodzakelijk is hier een onderscheid te maken tussen de twee typen producten. Deze vraag mag evenwel open blijven, want ze is verder niet van invloed op de analyse van het effect van de transactie op de concurrentie.

Onderscheid tussen categorieën automaten

183. Voort dient binnen de grote categorie automaten onderscheid te worden gemaakt tussen vermogensautomaten, installatieautomaten en kleine automaten. Allereerst lijkt het hier categorieën te betreffen die elk een eigen functie vervullen. Vermogensautomaten worden geplaatst vóór de installatie in laagspanningshoofdverdelers, installatieautomaten worden voornamelijk gebruikt bij de uitgangen van hoofdverdelerspanelen of vóór onderverdelers, en kleine automaten vinden hoofdzakelijk toepassing in uitgangen van onderverdelers en in eindverdelers.
184. Zoals blijkt uit tabel 4 hiervoor, hangen deze verschillen in toepassingen samen met de verschillen in prestaties die de drie typen leveren. Daarnaast wordt uit de door de partijen verstrekte gegevens duidelijk dat de prijzen ervan aanzienlijk verschillen. Binnen de Schneider-groep worden bijvoorbeeld interne verrekenprijzen gehanteerd tussen [1 000 en 5 000]* EUR voor vermogensautomaten³⁸, tussen [1 000 en 5 000]* EUR voor installatieautomaten³⁹ en tussen [0 en 50]* EUR voor kleine automaten⁴⁰.
185. Tenslotte dient te worden opgemerkt dat de drie typen producten worden gefabriceerd in afzonderlijke productielijnen, waardoor de producent van een gegeven automaattype niet in staat is op korte termijn andere automaten te gaan produceren en verkopen.

Onderscheid tussen kasten en kleinere behuizingen

186. Uit de van de partijen ontvangen informatie komt naar voren onderscheid moet worden gemaakt tussen kastelementen voor hoofdverdelers, kastelementen voor onderverdelers en behuizingselementen voor eindverdelers. Kast en behuizingen zijn ommantelingen van staalplaat of kunststof die de elektrische componenten van de verdelerspanelen moeten beschermen. Kast en behuizingenvormen hierbij de “bekleding” van de verdelers, die aangevuld moet worden met “montage-elementen” (DIN-montagerails, roosters van koperstaven, enz.) voor de montage en bevestiging van de elektrische componenten.
187. Volgens de door de partijen verstrekte informatie zijn er aanzienlijke onderlinge verschillen in behuizingen, afhankelijk van het verdelerniveau. Behuizingen voor eindverdelers (van kunststof, voorzien van DIN-rails en in hoge mate gestandaardiseerd) verschillen duidelijk van kasten voor grote verdelers (van metaal, eventueel voorzien van speciale montage-elementen, enz.). Bovendien onderscheiden kasten voor hoofdverdelers zich van die voor onderverdelers: in kasten voor hoofdverdelers worden vaak speciale, door paneelbouwers gemaakte elementen toegepast, terwijl kasten voor onderverdelers sterker gestandaardiseerd zijn, aangezien de rol van de paneelbouwer hier in het algemeen beperkt blijft tot het assembleren van door de fabrikant aangeleverde “sets” (de Prisma-lijn van Schneider, Altis en MAS van Legrand). Bovendien moeten kasten voor hoofdverdelers voldoen aan veel zwaardere technische eisen (op punten als

³⁸ Bijlage - antwoord op vraag 25 - vragenlijst van 6 april 2001.

³⁹ Bijlagen - antwoorden op de vragen 25 en 64 - vragenlijst van 6 april 2001.

⁴⁰ Bijlage - antwoord op vraag 64 - vragenlijst van 6 april 2001, en memorandum van de partijen met argumentatie 13.3.2001 - “Définition du marché de produits sur les segments 1, 2 et 4” (bepaling van de productmarkten in de segmenten 1, 2 en 4).

elektromechanische prestaties en de sterkte van kortsluitstromen) dan kasten voor onderverdelers.

188. Diezelfde verschillen zijn waar te nemen aan de aanbodzijde, waar de standaardisatie van behuizingen voor onder- en eindverdelers de fabrikanten veelal ertoe heeft gebracht hiervoor specifieke productielijnen met een hoge capaciteit op te zetten, terwijl voor de productie van kasten voor hoofdverdelers in het algemeen op kleinere aantallen afgestemde en veelzijdig inzetbare productiemiddelen worden gebruikt (zodat aanpassing aan de speciale eisen van elk project mogelijk is).

Aansluitautomaten

189. Naast de hierboven beschreven componenten verdient hier nog een speciaal soort automaat vermelding: de aansluitautomaten. Dit zijn apparaten die zowel door Electricité de France (EDF) in Frankrijk als door het Portugese elektriciteitsbedrijf worden voorgeschreven.

190. Aansluitautomaten onderscheiden zich van andere componenten doordat ze (i) een differentiële werking hebben die niet alleen dienst doet als beveiliging van de gebruiker maar tevens het energiebedrijf beschermt tegen diefstal van elektriciteit; (ii) een functie hebben ten aanzien van de tarifiering (registratie van het verbruik); en (iii) instelbaar zijn, waardoor het elektriciteitsbedrijf deze kan aanpassen aan de behoeften van de klant.

191. Deze apparaten worden voor tweederde verkocht aan elektriciteitsbedrijven en voor eenderde aan installateurs. Doordat het hier om apparatuur gaat die voorziet in een specifieke behoefte van elektriciteitsbedrijven, zijn er in dit stadium geen vervangende producten. Bovendien worden aansluitautomaten niet opgenomen in verdelerpanelen. Deze apparaten vormen derhalve een afzonderlijke relevante markt.

Conclusie

192. In het licht van het voorgaande kunnen de relevante productmarkten worden bepaald op het niveau van elk van de componenten of op dat van panelen. Deze vraag kan echter open blijven want de gevolgen voor de concurrentie ongeveer gelijk blijven, ongeacht de wijze waarop de productmarkten precies worden gedefinieerd. Ze kunnen op de volgende manier worden ingedeeld:

Tabel 5

Op verdelerniveau	Op het niveau van afzonderlijke componenten
Hoofdverdelers	Kasten voor hoofdverdelers
	Vermogensautomaten
	Installatieautomaten en/of zekeringen voor hoofdverdelers
Onderverdelers	Installatieautomaten en/of zekeringen voor onderverdelers
	Kasten voor onderverdelers
	Kleine automaten en/of zekeringen voor onderverdelers
Eindverdelers	Kleine automaten en/of zekeringen voor eindverdelers
	Aardlekbeveiligingen
	Behuizingen

B.1.4 Bepaling van de geografische markten voor verdelerpanelen

De door de partijen voorgestelde geografische markt

193. De partijen zijn van mening dat de markten voor laagspanningsverdelers van Europese omvang zijn.⁴¹ Zij wijzen er onder meer op dat de vervoerskosten laag zijn (minder dan [...] % van de kosten van de apparatuur), dat de productie in het algemeen is georganiseerd op basis van een beperkt aantal productie-eenheden in Europa en dat het normenkader binnen Europa wordt geharmoniseerd.

Analyse van de Commissie

194. Het diepgaande onderzoek dat de Commissie heeft verricht toont het bestaan aan van nationale markten voor de materialen die in onder- en eindverdelers worden gebruikt. Deze conclusie is gebaseerd op de volgende vier overwegingen. Allereerst bestaan er significante verschillen in de producten die in de diverse lidstaten worden verkocht, en wel om redenen die samenhangen met de normen en voorschriften die in deze lidstaten gelden en met het bestaan van specifieke nationale werkwijzen. In de tweede plaats worden de prijzen nog steeds op nationaal niveau bepaald en bij bepaalde referentienummers doen zich van lidstaat tot lidstaat aanzienlijke prijsverschillen voor (tot zelfs een verdubbeling). Ten derde blijkt dat de factoren die bepalend zijn voor de concurrentie, zowel aan de aanbodzijde (merkenpositionering, toegang tot de groothandel) als aan de vraagzijde (structuur van de klantenkringen en verwachtingen van afnemers) hoofdzakelijk afhangen van nationale omstandigheden (zoals de concentratie, de omvang en het geografische dekkinggebied van de groothandel, de reputatie van merken en assortimenten bij installateurs en paneelbouwers, enz.) en van land tot land aanmerkelijk uiteenlopen. En tenslotte zijn er belemmeringen die de toegang tot en expansie binnen landen in de weg staan.

195. Het nationale karakter van de markten komt overigens helder tot uitdrukking in de organisatie van de partijen zelf. Zo worden de strategische documenten per land afzonderlijk opgesteld en hetzelfde geldt voor de presentaties die de partijen voor investeerders verzorgen. Zoals Legrand het samenvat⁴²: “Legrand wordt geconfronteerd met een concurrentie op verschillende niveaus, die afhankelijk is van de markt en het type aangeboden producten. De voornaamste concurrenten van Legrand zijn onder meer Hager en Entrelec in Frankrijk, Gewiss en Vimar in Italië, MK Electric in het Verenigd Koninkrijk [...]*. Bepaalde multinationale ondernemingen als General Electric, ABB, Siemens, Schneider en Matsushita beconcurreren Legrand op meer dan één nationale markt.”

⁴¹ Hierbij moet worden aangetekend dat de partijen hun argumentatie met name baseren op de beschikking van de Commissie van 3 juni 1999 betreffende zaak nr. IV/M.1434 - Schneider/Lexel, waarin een dergelijke Europese dimensie van de geografische markten zou zijn bekrachtigd. Er zij hier met nadruk op gewezen dat in de genoemde beschikking geen definitieve uitspraak is gedaan over de exacte omvang van de geografische markten.

⁴² Legrand, Form 20-F SEC.

Het productenaanbod van de fabrikanten loopt van land tot land uiteen

196. De producten die worden aangeboden, kunnen van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk verschillen. Uit de door Schneider, Legrand en diverse andere fabrikanten verstrekte informatie blijkt bijvoorbeeld dat de lijst van vijf meest verkochte referentienummers in de categorie kleine automaten significant van de ene lidstaat tot de andere varieert en dat het maar weinig voorkomt dat een nummer in meer dan drie lidstaten in deze top vijf staat. De door Schneider opgestelde lijst van vijf meest verkochte kleine automaten voor eindverdelers in vijftien lidstaten van de EER omvat bijvoorbeeld veertig referentienummers. Van die veertig worden er [...] verkocht in Frankrijk, [...] in Italië, [...] in Spanje, [...] in Portugal, enz. Bovendien worden maar twee referentienummers verkocht in [...] lidstaten (en geen enkele in meer dan [...] lidstaten); [...] van deze nummers worden in minder dan vijf landen aangeboden. Bij de verkoop van kleine automaten voor onderverdelers en de verkoop van aardlekschakelaars is de situatie vergelijkbaar. Bij Legrand doet zich eenzelfde verschijnsel voor. Bij veel categorieën komen op de lijsten van Schneider in het geheel geen overeenkomende nummers voor, zoals bijvoorbeeld bij die voor Griekenland en Italië op het gebied van kleine automaten voor onderverdelers, of die voor Spanje en België ten aanzien van aardlekbeveiligingen. De installatieautomaten daarentegen worden in het algemeen in het merendeel van de landen verkocht (tegen prijzen die consequente verschillen vertonen, zoals hieronder nader wordt toegelicht).
197. De belangrijkste verklaring voor deze situatie is het bestaan van diverse niveaus van nationale regelgeving of werkwijzen, die ertoe leiden dat installateurs en paneelbouwers van land tot land verschillende materialen gebruiken.
198. Allereerst dient hier te worden gewezen op de belemmerende rol van nationale normen die in lidstaten onderling verschillen. Zo bestaan er “installatievoorschriften” die van land tot land anders zijn. Deze voorschriften betreffen met name veiligheidsaspecten (aarding, verbreking van de nulgeleider, aardlekbeveiligingen op bepaalde plaatsen met verhoogd risico, enz.). Deze normen zijn verplicht en als een installateur ze niet toepast, kan hij hiervoor worden bestraft. Toepassing van de normen leidt tot verschillen op het niveau van de voor laagspanningsverdelerspanelen gebruikte componenten. De in Duitsland verkochte automaten bijvoorbeeld zijn eenpolig (alleen de faseverbinding wordt verbroken) terwijl ze in Frankrijk en Italië tweepolig moeten zijn (verbreking van fase- en nulgeleider). Evenzo blijkt uit een IEC-document⁴³ dat bepaalde landen het gebruik verbieden van aardlekbeveiligingen die niet de nulgeleider verbreken en dat bepaalde lidstaten toepassing van aardlekbeveiligingen voor wisselstroom beperken of verbieden.
199. In de tweede plaats moet erop worden gewezen dat de aardingsystemen niet in alle landen op dezelfde wijze worden toegepast. Gezien de verschillen in de werking van de diverse aardingsstelsels, hangt de keuze ervan dikwijls af van de toepassing (noodzaak van stroomvoorziening zonder onderbrekingen, aanwezigheid van een onderhoudsteam, brandgevaar) en van de kwaliteit van de aardverbinding (en dus de samenstelling van de bodem ter plaatse). Zo hebben voor toepassingen in de woningbouw de duitstalige landen veelal een voorkeur voor het TN-stelsel, terwijl Nederland, Denemarken en

⁴³ CEI 64/1167/CD, door de partijen verstrekt als aanvulling op het antwoord op vraag 320 van de vragenlijst van 6 april 2001.

Spanje het TT-stelsel prefereren en in Noorwegen het IT-stelsel veel wordt toegepast. Overigens kan het elektriciteitsbedrijf voorschrijven hoe de nulgeleider moet worden aangesloten. Dat is met name het geval in Frankrijk, waar de Electricité de France eist dat bij huishoudelijke installaties het TT-stelsel wordt gebruikt.

200. Deze beslissingen zijn van invloed op de componenten die in de verschillende landen worden gekozen. Zoals hierboven aangegeven, bepaalt de keuze van aardingsstelsel het soort voorziening dat voor de beveiliging van personen moet worden toegepast. Zo moeten bij het TT-stelsel aardlekbeveiligingen worden toegepast, terwijl bij het TN-stelsel automaten geschikter zijn en bij het IT-stelsel doorgaans een permanente isolatiecontrole vereist is. De keuze van aardingsstelsel heeft echter eveneens consequenties voor de kenmerken van de gebruikte automaten, met name hun aantal polen en hun uitschakelkarakteristiek: bij het TT-stelsel passen het beste twee- en vierpolige automaten met een C-karakteristiek, terwijl bij TN-stelsels één- en driepolige automaten met B-karakteristiek het meest voorkomen en bij het IT-stelsel alleen twee- en vierpolige automaten worden gebruikt.
201. Verder dient te worden opgemerkt dat de harmonisatie van technische normen niet alle aspecten van verdelerpanelen omvat. Naast de CE-markering, die door de communautaire richtlijnen ter zake (met name de laagspanningsrichtlijn) verplicht is gesteld, is het vaak voor de verkoop van een product in een gegeven lidstaat nodig het voor dat soort apparatuur geldende nationale kwaliteitskeur te verwerven dat door de nationale certificatie-instelling van het betrokken land wordt afgegeven.
202. De uitkomsten van het door de Commissie uitgevoerde onderzoek tonen aan dat waar dit kwaliteitskeurmerk niet wettelijk verplicht is gesteld, het toch meestal door de installateurs en paneelbouwers wordt verlangd. Deze situatie wordt overigens bevestigd door het feit dat bijna alle automaten en aardlekbeveiligingen van Schneider verscheidene kwaliteitskeurmerken dragen, ondanks de kosten ([10 000 – 15 000]*EUR voor 60 referentienummers) en de korte geldigheidsduur (3 maanden) die elke certificatie van een nationale instelling kenmerken. Verder wordt dit ook onderschreven door interne documenten van de partijen: in interne documenten van Legrand⁴⁴ wordt bijvoorbeeld uiteengezet dat in België “het kwaliteitskeur CEBEC ondanks het totstandkomen van een Europese normalisatie in installateurskringen feitelijk als verplicht wordt gezien”. Verder blijkt uit deze documenten dat de voornaamste belemmeringen voor de toegang tot de Duitse markt zijn gelegen in de erkenning door het VDE (het certificatieorgaan), de nationale normen en het nationale kwaliteitskeur.
203. Naast deze “objectieve” belemmeringen bestaan er ook op het niveau van elke lidstaat werkwijzen (bij het installeren, de keuze en indeling van circuits, enz.) die dikwijls een belangrijke rol spelen bij de keuze van apparaten. Zo geeft Schneider aan dat in bepaalde landen, waaronder Duitsland, automaten veelal aan de onderzijde worden aangesloten op het net, terwijl in andere landen (Frankrijk, Italië, Spanje) de toevoer aan de bovenkant wordt aangebracht. Wegens dit verschil zijn er speciale producten ontwikkeld voor de Duitse installateurs, die in de handel worden gebracht onder de naam Triconnect. Evenzo blijkt uit interne documenten van Legrand⁴⁵ dat in België “het gros van de markt wordt gevormd door [kleine] automaten met een kortsluitvermogen van 3 kA”, terwijl in de

⁴⁴ Legrand en Bticino, middellangetermijnplannen.

⁴⁵ Bticino, middellangetermijnplan.

meeste andere landen veelal de voorkeur uitgaat naar kortsluitvermogens van 4,5 kA of 6 kA. Tenslotte wordt de nulgeleider in Frankrijk systematisch aan de linkerkant aangesloten, en niet rechts, zoals in de meeste andere lidstaten. Schneider biedt producten aan die speciaal op deze vraag zijn afgestemd en waarbij nulgeleideraansluiting aan de linkerkant is aangegeven.

204. De veelheid van parameters die aanleiding kunnen zijn tot specifieke nationale eisen, verklaart waarom de meest verkochte referentienummers van de landen onderling uiteenlopen. Deze situatie kan ook leiden tot producten die speciaal zijn aangepast aan de eisen in een of meer lidstaten. Uit interne documenten van Legrand⁴⁶ blijkt bijvoorbeeld dat in Oostenrijk “[...]*” en uit interne documenten van Schneider dat in Duitsland⁴⁷ : “[...]*.”
205. Kortom, zoals een concurrent aangeeft⁴⁸, “er bestaan lokale gebruiken en werkwijzen en nationale standaarden die een belangrijke rol spelen en bepalend kunnen zijn voor de kenmerken van de producten zelf”, terwijl het er niet naar uitziet dat de voortgaande harmonisatie van de normen spoedig verandering zal brengen in deze marktomstandigheden. Legrand heeft het overigens zelf aldus gesteld⁴⁹: “De harmonisatie van laagspanningsmateriaal kan openingen creëren voor nieuwe producten, maar de leiding van Legrand verwacht dat zulke marktontwikkelingen slechts in een langzaam tempo tot stand zullen komen.”
206. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen de verschillen tussen de lidstaten, waarbij ze met name onderstrepen dat er weliswaar van lidstaat tot lidstaat geringe verschillen zijn in de aanduidingen van de artikelen (met name als gevolg van uiteenlopende markerings), maar dat de lijsten van vijf meestverkochte producten van land tot land toch weinig uiteenlopen wanneer wordt gekeken naar overeenkomst van de constructie. Het gebeurt heel vaak dat eenzelfde product in de meeste lidstaten op de lijst voorkomt. De 40 nummers voor kleine automaten in de Schneider-catalogus zouden zo op niet meer dan [0 - 20]* verschillende constructies neerkomen, waarvan er [0 - 20]* in meer dan 9 lidstaten worden verkocht. Evenzo zou het bij de 25 referentienummers voor aarlekbeveiligingen in de Legrand-catalogus in feite slechts om [0 - 20]* afzonderlijke constructies gaan, waarvan er [0 - 20]* in minstens 6 lidstaten worden verkocht.
207. Meer in het algemeen zijn de partijen van oordeel dat de installatievoorschriften en de nationale kwaliteitskeuren op zichzelf geen enkele speciale aanpassing van de producten verlangen, waarbij zij er tevens aan herinneren dat alle aardingsstelsels in ieder land algemeen worden toegepast (ofschoon in zeer uiteenlopende verhoudingen).
208. De Commissie geeft toe dat vanuit strikt productiestandpunt gezien de onderlinge verschillen tussen diverse referentienummers betrekkelijk ondergeschikt kunnen zijn. Bepaalde kleine automaten bijvoorbeeld onderscheiden zich alleen op het punt van de aanduiding van de nulgeleider (links, overeenkomstig de gebruikelijke werkwijzen in Frankrijk) of zelfs alleen met betrekking tot de aangebrachte kwaliteitskeuren. Ze geeft

⁴⁶ Legrand en Bticino, middellangetermijnplannen.

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

⁴⁸ Gewiss, antwoord op vragenlijst fase I.

⁴⁹ Legrand, Form 20-F SEC.

ook toe dat de installatievoorschriften of de kwaliteitskeuren niet altijd veel invloed hebben op de productie van de betrokken materialen. Zo zijn de productiemiddelen van Schneider en van Legrand op Europees niveau geïntegreerd.

209. De Commissie meent evenwel dat deze elementen de analyse niet wezenlijk aantasten. De door de partijen naar voren gebrachte argumenten hebben namelijk alleen betrekking op de productie van de materialen, en de productie is slechts één aspect van de aanbodzijde. Zoals al eerder is aangegeven, wordt de concurrentiepositie van de fabrikanten niet alleen bepaald door hun productie maar ook door de kracht en de perceptie van hun merken, hun leverbaarheid bij de voornaamste nationale groothandelaren en hun investeringen in promotie en relatiebeheer gericht op installateurs en paneelbouwers op de binnenlandse markt. Door de situatie uitsluitend vanuit productiestandpunt te bezien, laten de partijen wezenlijke elementen van de zaak buiten beschouwing.
210. Daar komt bij, en dat is belangrijker, dat de partijen de beperkingen aan de vraagzijde buiten beschouwing laten. Zo gaan zij niet in op het meest wezenlijke aspect van het onderhavige onderwerp, te weten het feit dat uiteenlopende aardingsystemen, werkwijzen, installatievoorschriften en kwaliteitskeurmerken de vraag in elk land verschillend maken. De partijen geven in hun memorie van antwoord overigens zonder meer toe dat de nationale situaties hen ertoe brengen om uiteenlopende referentienummers toe te passen. Dat deze gerichtheid voert tot per land aangepaste producten (zoals de productlijn Triconnect in Duitsland), tot het aanbrengen van een nationaal keurmerk of nog simpeler tot een per land aangepast productenaanbod (één- en driepolige kleine automaten en installatieautomaten in Zweden en Denemarken en twee- en vierpolige in Frankrijk en Italië) is op zich niet van fundamentele betekenis. Wél belangrijk is hier dat de klanten in elk land een specifiek koopgedrag kunnen vertonen, waardoor er voor afnemers slechts zeer beperkte mogelijkheden zijn voor arbitrage tussen de verschillende door de fabrikanten gehanteerde prijzen.

De aspecten die de concurrentieverhoudingen domineren, zijn per land verschillend

211. Zoals hierboven is aangegeven, worden de concurrentieposities van de verschillende fabrikanten voor een groot deel bepaald door (i) hun vermogen de installateurs en paneelbouwers aan hun merk te binden en dus aan hun verwachtingen te voldoen ; en (ii) hun toegang tot de groothandelaren, althans in de lidstaten waar deze een voldoende sterke positie innemen.

De kracht en de perceptie van merken lopen per land uiteen

212. Uit de uitkomsten van het onderzoek blijkt dat de fabrikanten, om te voldoen aan de selectiecriteria van de installateurs en paneelbouwers, producten moeten leveren die veilig en van goede kwaliteit zijn, gemakkelijk te monteren en altijd voorhanden bij de groothandel. Deze factoren hangen doorgaans echter mede af van nationale perceptie.
213. De perceptie van producten loopt van lidstaat tot lidstaat uiteen. Zoals hierboven reeds is aangegeven, bestaan er per lidstaat aanzienlijke verschillen in normen en werkwijzen die tot gevolg hebben dat met verschillende materialen wordt gewerkt. Bovendien wordt de keuze daarvan mede beïnvloed door het feit dat aan de keuzecriteria uiteenlopende gewichten worden toegekend. Zo worden Legrand-producten algemeen beschouwd als

goede, maar dure producten. Uit interne documenten⁵⁰ blijkt dat [...]*. De installateurs kunnen ook meer of minder waarde hechten aan innovatie. Zo lijkt deze factor, waarvan Legrand⁵¹ meent dat hij de basis vormt voor zijn concurrentiepositie in [...]*, van weinig belang voor [...]*, wat tot uitdrukking komt in [...]*. Evenzo blijkt uit interne documenten⁵² dat [...]*.

214. De goede beschikbaarheid van producten, die bij de keuze van de klanten een belangrijke rol speelt, hangt eveneens mede af van specifiek nationale aspecten (te weten de toegang tot de nationale groothandel en de nationale logistieke keten van de fabrikanten). Volgens interne documenten⁵³ [...]*, terwijl de beschikbaarheid van zijn producten daarentegen juist een van zijn sterke punten lijkt te zijn in [...]*. Schneider⁵⁴ meent eveneens dat in [...]* “logistiek een sleutelfactor is voor succes. [...]*”
215. Zoals hierboven is opgemerkt zijn installateurs in het algemeen trouw aan het merk dat ze gewend zijn te installeren (mits dat onmiddellijk leverbaar is en voorziet in de behoefte waar het om gaat). Om hun afnemers aan zich te binden investeren fabrikanten overigens veel in promotie en relatiebeheer, direct gericht op installateurs en paneelbouwers. Zo geven de partijen aan dat ze zorgen voor een commerciële aanwezigheid om afnemers te helpen bij het kiezen van producten en dat ze in elk land een net van agenten en verkopers hebben. Beide partijen bieden verder een breed producten- en dienstengamma ter versterking van hun aanwezigheid bij en hun betrekkingen met de installateurs. Zo bieden ze bij de producten programmatuur voor het berekenen en dimensioneren van elektrische installaties en technische handleidingen; wat betreft de dienstverlening bieden ze cursussen (Legrand), en telefonische helpdesks, beantwoorden ze technische vragen, enz. Zoals hierboven aangegeven kunnen deze investeringen tot [0-30]*% van de totale omzet van de merken uitmaken.
216. De perceptie van een merk hangt dus niet alleen af van de positionering van de producten, maar ook van de omvang en het succes van de investeringen in promotie en relatiebeheer in een land. De marketing wordt op nationale basis georganiseerd en ook de promotie-inspanningen worden in het algemeen bepaald op het niveau van elk afzonderlijk land. De omvang ervan (en ook het percentage van de omzet dat ze vertegenwoordigen) kan van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk verschillen. De bestedingen aan commerciële acties die Schneider op het gebied van onderverdelers heeft ondernomen, loopt van lidstaat tot lidstaat met een factor [0-20]* uiteen en het omzetaandeel ervan met een factor [0-40]*.
217. De concurrentieposities van de fabrikanten zijn dus ook sterk beïnvloed door van het verleden. De structuur en concentratie van het aanbod en positie van de verschillende fabrikanten kunnen dus van land tot land verschillen. Deze situatie hangt duidelijk samen met de aanwezigheid van nationale merken (zoals Vinckier⁵⁵ in België of Baco⁵⁶ in

⁵⁰ Legrand en Bticino, middellangetermijnplannen.

⁵¹ Legrand en Bticino, middellangetermijnplannen.

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

⁵³ Legrand en Bticino, middellangetermijnplannen.

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

⁵⁵ Behorend tot GE.

Frankrijk) en van grote verschillen in de marktaandelen van de fabrikanten in de diverse landen. Bij de onderverdelers neemt Schneider in Frankrijk een bijzonder sterke positie in, maar in Duitsland en Oostenrijk is het bedrijf nog altijd zwak; ABB heeft een sterke positie in Zweden en Noorwegen, maar is vrijwel afwezig in België en het Verenigd Koninkrijk; en Siemens, dat in Duitsland aanzienlijke marktaandelen heeft, neemt in Frankrijk maar een marginaal deel van de omzet voor zijn rekening. Deze analyse wordt verder op diverse punten bevestigd door interne documenten van de partijen.

Structuur en verwachtingen van de afnemersgroepen lopen per land uiteen

218. De per land uiteenlopende perceptie en positie van de verschillende merken is mede te verklaren uit het feit dat er aanzienlijke nationale verschillen aan de vraagzijde bestaan. Zo blijkt uit interne documenten⁵⁷ van de partijen dat er op het gebied van scholing en werkwijzen van installateurs en paneelbouwers van land tot land grote verschillen zijn. Belgische installateurs bijvoorbeeld lijken betrekkelijk terughoudend in de toepassing van componenten met hoge toegevoegde waarde, terwijl Duitse installateurs zeer “techniekgericht” zijn en Italiaanse installateurs gesteld lijken op bijscholingscursussen en ondersteuning om te kunnen blijven voldoen aan de steeds hogere technische eisen van hun vak.
219. Zoals in het voorgaande aangegeven zijn bij de eindvraag bovendien drie soorten toepassingen te onderscheiden (industriële vestigingen, kantoren en woningen), en de positie van de verschillende fabrikanten kan per eindgebruikerscategorie uiteenlopen. Bovendien vertonen deze drie afnemersmarktsegmenten in elk land een eigen ontwikkeling. Zo komt uit interne documenten⁵⁸ van de partijen naar voren dat in Oostenrijk de industriële vraag naar verwachting sterk zal groeien, maar stagneert de nieuwbouw, terwijl in het Verenigd Koninkrijk en Portugal de situatie juist omgekeerd is en de vraag in Griekenland voornamelijk voor rekening komt van de tertiaire sector.
220. Het blijkt verder dat gedrag en verwachtingen van de groothandel per lidstaat aanzienlijk kunnen variëren. Uit de uitkomsten van het onderzoek komt bijvoorbeeld duidelijk naar voren dat het concentratieniveau van de groothandel van land tot land zeer sterk uiteenloopt en dat de inkopen van de groothandelaren op nationale basis georganiseerd zijn. Dit is hierna weergegeven in tabel 6, met de door de partijen geschatte concentratieniveaus per lidstaat voor de verkopen van hoofd-, onder- en eindverdelers.

Tabel 6: Schattingen Schneider van de marktaandelen van vijf groepen internationale groothandelaren op de markten van stroomverdelers

	Rexel	Sonepar	Hagemeyer	Solar	Edmundson
Duitsland	[0-10]*	[0-10]*	[10-20]*	[0-10]*	-
Oostenrijk	[30-40]*	-	-	-	-
België	[10-20]*	[10-20]*	-	-	-
Denemarken	-	[0-10]*	-	[0-10]*	-

⁵⁶ Behorend tot Legrand.

⁵⁷ Legrand, middellangetermijnplannen.

⁵⁸ Legrand, middellangetermijnplannen.

Spanje	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-	-
Finland	-	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Frankrijk	[40-50]*	[30-40]*	-	-	-
Ierland	[0-10]*	-	[0-10]*	-	[0-10]*
Italië	[0-10]*	[0-10]*	-	-	-
Noorwegen	-	[10-20]*	[0-10]*	[0-10]*	-
Nederland	[0-10]*	[30-40]*	[0-10]*	[0-10]*	[0-10]*
Portugal	[30-40]*	[0-10]*	-	-	-
Zweden	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	[10-20]*	-
VK	[0-10]*	-	[20-30]*	-	[10-20]*

Bron: E-mail van de partijen dd. 16 juli 2001.

221. Uit interne documenten van de partijen blijkt verder dat de wijze waarop de groothandel is georganiseerd, grote gevolgen kan hebben voor de concurrentieverhoudingen tussen fabrikanten. Zo lijkt in de landen waar de groothandel het meest versnipperd is, zoals Portugal en Spanje, de onderlinge concurrentie van groothandelaren tot prijsoorlogen te voeren die doorwerken op het niveau van de fabrikanten. Zoals een intern document⁵⁹ van Legrand aangeeft, “[...]”
222. Verder heeft het onderzoek van de Commissie aan het licht gebracht dat de groothandel is georganiseerd op nationale of zelfs regionale basis. Ook de grote internationale groepen, zoals Rexel, Sonepar en Hagemeyer, hebben een sterk gedecentraliseerde structuur waarbinnen de nationale en lokale vestigingen veel zelfstandigheid hebben. Meestal omvat de centrale holding slechts een lichte structuur die alleen verantwoordelijk is voor marketing, boekhouding en consolidatie van rekeningen op groepsniveau, en managementcontrole. Deze gedecentraliseerde opzet wordt aangevuld met een logistieke organisatie op nationale schaal, die niet is opgezet om grensoverschrijdend te werken. Binnen een gegeven land worden de groothandelsvestigingen dus bevoorrad via nationale logistieke circuits. De overwegend nationale organisatie van de groothandel komt ook tot uitdrukking in de relaties met de fabrikanten. In de praktijk worden zelfs bij de groepen van internationaal formaat de inkoopcontracten bij de fabrikanten op nationale of zelfs lokale basis geregeld.
223. Het onderzoek van de Commissie heeft duidelijk gemaakt dat de commerciële onderhandelingen tussen fabrikanten en groothandelaren, met name met betrekking tot de leverancierskeuze, de productengamma’s die zullen worden gekocht en verkocht, en ook prijsstelling en kortingspercentages vrijwel uitsluitend op nationaal of regionaal niveau plaatsvinden. Zoals een belangrijke groothandel aangeeft⁶⁰, “voorzover [ons] bekend bestaat er geen enkele prijslijst op EER-niveau die als uitgangspunt zou dienen voor onderhandelingen over kortingen en prijsreducties. Over alle condities wordt integendeel apart onderhandeld op het niveau van elk land.” Een fabrikant⁶¹ bevestigt eveneens dat “voor alle betrokken producten geldt dat de prijzen en de kortingen worden vastgesteld op nationale basis.” Ook de partijen werken op deze manier.

⁵⁹ Legrand, middellangetermijnplannen.

⁶⁰ Hagemeyer, antwoord op vragenlijst fase II.

⁶¹ GE, aanvulling op de beantwoording van de vragenlijst fase II.

224. Volgens Schneider worden de prijzen voor verkoop aan groothandelaren op twee niveaus vastgesteld: om te beginnen bepalen fabrikanten een voor een land geldende prijs, en vervolgens worden in onderhandelingen met elke groothandelaar kortingen op de nationale prijzen overeengekomen. Deze kortingen kunnen soms meer dan [30-60]*% van de catalogusprijs bedragen en worden per productlijn overeengekomen.
225. Er moet evenwel op gewezen worden dat er ook kortingen voor het hele omzetbedrag bestaan die de fabrikanten door middel van onderhandelingen met moedermaatschappijen van bepaalde groepen internationale groothandelaren afspreken. Zowel de groothandelaren als de fabrikanten hebben bij de Commissie evenwel gesteld dat een fabrikant die een nationale markt wil betreden of er een marginale positie wil uitbreiden, niet kan volstaan met onderhandelingen met de moederonderneming van een internationale groothandelsgroep. Voorwaarde voor een betere distributie en afzet in een land is in de praktijk dat de fabrikant zich ook en vooral richt op het nationale dochterbedrijf en de lokale vestigingen van de groothandelaar en die ertoe brengt de producten in voorraad te nemen.
226. Op deze ene uitzondering na laten de directies van groepen groothandelsbedrijven hun nationale en lokale vestigingen een zeer grote handelingsvrijheid bij de keuze van hun leveranciers, het bepalen van het assortiment dat zij in voorraad houden, het voeren van gerichte promotieacties in samenwerking met een bepaalde fabrikant en zelfs het onderhandelen met fabrikanten over extra kortingen. Omgekeerd sluiten fabrikanten specifieke overeenkomsten met de lokale dochterondernemingen of zelfs met afzonderlijke vestigingen, waarin wederzijdse condities over de afzet en inkoop van producten worden vastgelegd. De toenemende concentratie van de groothandel (die overigens van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk uiteenloopt) doet dus in tegenstelling tot wat de partijen beweren niet af aan het nationale karakter van de afzetmarkten.

Prijzen worden op nationaal niveau bepaald en lopen van land tot land sterk uiteen

227. Het onderzoek van de Commissie toont aan dat er aanzienlijke prijsverschillen tussen lidstaten bestaan. Zo blijkt bij vergelijking van de prijzen van Schneider in Europa dat dezelfde installatieautomaat wordt verkocht voor [40-80]* EUR in [...]* en voor [130-170]* EUR in [...]* en dat een aardlekbeveiliging met een bepaald referentienummer voor [10-50]* EUR wordt aangeboden in [...]* en voor [40-80]* EUR in [...]*. Bij een soortgelijke vergelijking van de prijzen van Legrand blijkt dat eenzelfde modulaire behuizing wordt verkocht voor [0-40]* EUR in [...]* en voor [10-50]* EUR in [...]*, terwijl dezelfde kleine automaat wordt aangeboden voor [0-40]* EUR in [...]* en voor [0-40]* EUR in [...]*. Deze verschillen worden tevens bevestigd door interne documenten van de partijen⁶², waarin bovendien over kleine automaten in Frankrijk wordt opgemerkt dat “de gemiddelde prijzen zeer hoog blijven in vergelijking tot die in andere landen.”
228. In de tabellen 7 en 8 hierna zijn de gemiddelde prijzen vermeld van respectievelijk installatieautomaten voor onderverdelers en aardlekschakelaars voor eindverdelers. Deze tabellen tonen aan dat er aanzienlijke prijsverschillen bestaan; prijsvergelijkingen voor de andere componenten voor onder- en eindverdelers en de door andere fabrikanten verstrekte prijzen leveren soortgelijke uitkomsten op.

⁶² Legrand, middellangetermijnplannen.

Tabel 7: Door Schneider gefactureerde relatieve prijzen (prijspeil Frankrijk = 100) voor installatieautomaten voor onderverdelers

Installatie-automaten	Dui.	Oost.	Bel.	Den	Spa	Finl.	Fra.	Grie.	Ierl	Ital.	Ned.	Noor.	Port.	Zwe.	VK
[...]*	***	**	**	**	**	**	100	**		**	**	**	**	**	**
[...]*	*****	***	***	***	**	**	100	**	**	****	**	***	***	***	****
[...]*	****	**	***	**	***	**	100	**	**	***	***	***	***	**	**
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	*****		**	**	*	**	**
[...]*	*****	***	***	***	***		100	**		**	***	**	***	**	***
[...]*	****	**	***	**	**	**	100	**	**	***	***	**	**	**	***
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**		**	**	**	**	**
[...]*	***	**	***	**	**	**	100	**	**	****	***	**	****	**	**
[...]*	****	***	***	**	***		100	**		**	***		***		

Bron: E-mail van de partijen dd. 24 juni 2001.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

Tabel 8: Door Schneider gefactureerde prijzen (prijspeil Frankrijk = 100) voor aardlekschakelaars voor eindverdelers

Aardlekschakelaars	Dui.	Oost.	Bel.	Den	Spa	Finl.	Fra.	Grie.	Ierl	Ital.	Ned.	Noor.	Port.	Zwe.	VK
[...]*	**						100			*			**		
[...]*	-	*		**		*	100	***	*		**	***	***	**	***
[...]*	-	**		**	**	*	100	**	***	**	***		**	**	
[...]*	-	**			***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-				***	***	100	**		**	***	***	**	**	
[...]*	-	*		*	***	**	100	**	**	**	***		**	**	
[...]*	-	**		**		**	100	**		**	***	***	**	***	
[...]*	-						100								
[...]*	-	***	***		***		100						***		****
[...]*	***	**	***		***		100						***		

Bron: E-mail van de partijen dd. 24 juni 2001.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

229. Het voorkomen en voortduren van deze prijsverschillen tussen elk van de componenten voor respectievelijk onder- en eindverdelers illustreert hoe moeilijk voor de vraagzieder arbitrage tussen de prijzen in de verschillende lidstaten moet zijn. Het feit dat arbitrage kennelijk moeilijk is, kan met name worden verklaard door de gering prijsgevoeligheid van de eindvraag, die tot uitdrukking komt in de merkentrouw. Verder pleit deze situatie tegen de door de partijen voorgestelde aanpak op basis van oplossingen, omdat er immers ook op dat niveau geen sprake lijkt te zijn van arbitrage tussen lidstaten. Ook uit de gegevens van groothandelaren, die stellen dat hun op het binnenland geïntereerde

logistieke organisatie niet is afgestemd op prijsarbitrage, komt naar voren dat arbitrage niet goed mogelijk is. Bovendien moeten groothandelaren altijd in staat zijn installateurs en paneelbouwers binnen een heel kort tijdsbestek de gewenste producten te leveren, en ook dat beperkt hun mogelijkheden tot prijsarbitrage, omdat daarbij uit de aard van de zaak de bron van de producten onzeker is.

230. De partijen houden niettemin vast aan hun opvatting dat een tendens waarneembaar is naar meer homogene, pan-Europese prijzen. In een intern document⁶³ stelt Schneider: “De komst van de euro in 2002 [...]” leidt ertoe dat wij [onze] prijzen harmoniseren en de grote verschillen van land tot land vermijden”, want “[de grote klanten] vinden condities die per land verschillen niet langer acceptabel.” [...]”
231. [...]”
232. Dit document, dat door Schneider wordt aangevoerd als bewijs dat er geografische markten van communautaire omvang zijn, bevestigt dus dat er op dit moment grote prijsverschillen zijn en geeft verder aan dat er ondanks de komst van de euro belangrijke prijsverschillen kunnen blijven optreden tot ten minste [2004-2005]*. Tenslotte bevestigt het ook dat de prijzen worden bepaald op nationaal niveau, want in dit document zijn het “de landen” die “hun prijzen bepalen ten opzichte van de [referentie]*” en “hun prijzen en kortingsregelingen aanpassen.”
233. De partijen zijn van oordeel dat de prijsanalyse per component niet relevant is voor de afnemer, omdat de markt kiest op basis van de technisch-economische kwaliteit van de oplossing. Verder wijzen de partijen erop dat prijsanalyses op basis van “totaaloplossingen” aantonen dat er een convergentie plaatsvindt, althans wanneer de kleinste nationale markten langs de buitengrenzen van de Europese Unie en/of in landen die nog maar kortgeleden tot de Unie zijn toegetreden, buiten beschouwing worden gelaten.
234. De argumenten van de partijen worden, zoals uit de tabellen 9 en 10 hierna blijkt, weerlegd door hun eigen gegevens over de prijzen van “gemiddelde oplossingen”. Hieruit blijkt namelijk dat zich van lidstaat tot lidstaat forse prijsverschillen voordoen die met de jaren niet lijken af te nemen. Op te merken valt dat de prijsverschillen die hier zijn weergegeven, kleiner zijn dan die voor de componenten. Dit hangt waarschijnlijk samen met de wijze waarop de partijen de basisgegevens, dat wil zeggen de componentenprijzen, hebben verrekend.

⁶³ Schneider, La convergence tarifaire européenne (“Prijsconvergentie in Europa”).

Tabel 9: (Relatieve) verkoopprijzen in Franse frank (lopende prijzen) van een “gemiddelde oplossing” voor onderverdelers

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Duitsland	**	**	**	**	**	**	**
Oostenrijk	**	**	**	**	**	**	**
België	**	***	***	***	***	***	***
Denemarken	**	**	**	**	**	**	**
Spanje	**	**	**	**	**	**	**
Finland	**	**	**	**	**	**	**
Frankrijk	**	**	***	***	**	**	**
Ierland	**	**	**	**	**	**	**
Italië	**	**	**	**	**	**	**
Noorwegen	**	**	**	**	**	**	**
Nederland	***	**	**	**	**	**	**
Portugal	**	**	**	***	***	***	**
Zweden	**	**	**	**	**	**	**
VK	**	**	**	**	**	**	***

Bron: Antwoord van de partijen op de vragenlijst van de Commissie van 28 februari 2001.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

Tabel 10: (Relatieve) verkoopprijzen in Franse frank (lopende prijzen) van een “gemiddelde oplossing” voor eindverdelers

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Duitsland	***	***	**	**	**	**	**
Oostenrijk	**	**	**	**	**	**	**
België	**	**	**	**	**	**	**
Denemarken	**	**	**	**	**	**	**
Spanje	**	**	**	**	**	**	**
Finland	**	**	**	**	**	**	**
Frankrijk	***	***	***	***	***	**	**
Ierland	**	**	**	**	**	**	**
Italië	**	**	**	**	**	**	**
Noorwegen	**	**	**	**	**	**	**
Nederland	***	**	**	**	**	***	***
Portugal	**	**	**	**	**	**	**
Zweden	**	**	**	**	**	**	**
VK	**	**	**	**	**	**	***

Bron: Antwoord van de partijen op de vragenlijst van de Commissie van 28 februari 2001.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

235. De Commissie stemt om deze reden niet in met de analyse van de partijen volgens welke een onderzoek van de prijzen voor “oplossingen” zou aantonen dat er een markt van Europese omvang bestaat. In de eerste plaats wijst zij erop dat de partijen niet ontkennen dat er grote prijsverschillen voorkomen en erkennen dat, als er al convergentie optreedt, die niet geldt voor alle lidstaten. In de tweede plaats is de Commissie van oordeel dat een mogelijke prijsconvergentie (die niet door de feiten wordt gestaafd) nog geen bewijs zou vormen voor het bestaan van één Europese markt: de uiteindelijke opheffing van prijsverschillen tussen de lidstaten wordt veeleer bepaald door de snelheid van de convergentie dan door het feit dat deze zich voordoet. En uit de hiervoor geciteerde interne documenten van Schneider blijkt dat de prijsconvergentie op het gebied van componenten langzaam zal verlopen. De Commissie is het echter vooral oneens met het standpunt van de partijen dat de analyse op het niveau van de componenten niet relevant is. De prijzen van “oplossingen” worden in sterke mate bepaald door de prijs van de componenten die daarin worden opgenomen. Hieruit volgt dat als er prijsverschillen zijn tussen componenten, er ook prijsverschillen zullen zijn op het niveau van sommige verdelerpanelen.
236. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen het bestaan van prijsverschillen op het niveau van componenten niet, maar ze stellen wel dat de beschikbare gegevens wijzen op een snelle convergentie die nog wordt gestimuleerd door de invoering van de euro en de opkomst van internetportalen. Bij Schneider leidt deze situatie tot de geleidelijke doorvoering van Europese referentieprijzen. De partijen stellen voorts dat in elk geval het bestaan van prijsverschillen slechts een van de factoren vormt die van belang zijn bij het bepalen van de relevante geografische markt.
237. De Commissie onderschrijft de argumenten van de partijen aangaande het optreden van een snelle prijsconvergentie niet. In de eerste plaats wijzen de voorgaande tabellen, waaruit blijkt dat er soms aanzienlijke prijsverschillen bestaan, in geen enkel opzicht op een snelle convergentie op communautair niveau. Zelfs als we uitgaan van de “gemiddelde oplossing” zoals die door de partijen wordt gehanteerd, blijkt uit de cijfers in tabel 10 bijvoorbeeld dat zo'n oplossing in 1994 in Duitsland gemiddeld [40-60]*% duurder was dan in Oostenrijk en dat hij in 2000 in Duitsland nog steeds [40-60]*% duurder was dan in Oostenrijk. Een analyse op het niveau van afzonderlijke componenten zou tot dezelfde uitkomsten leiden. En in de tweede plaats ziet het ernaar uit dat ondanks de invoering van Europese referentieprijzen door Schneider, er op middellange termijn bij eenzelfde product dat in twee buurlanden wordt verkocht, nog catalogusprijsverschillen van meer dan [0-20]*% kunnen blijven optreden. Deze verschillen kunnen nog worden versterkt door het voorkomen van kortingsregelingen en prijsreducties die per land uiteenlopen en waarvoor geen harmonisatie wordt nagestreefd.
238. De Commissie erkent volledig dat prijsverschillen slechts één aspect is van een reeks van factoren die bij het bepalen van de relevante geografische markt dienen te worden meegewogen. In het huidige geval echter lijkt dit criterium alleen al voldoende voor de analyse. Hoe zou anders te verklaren zijn dat identieke producten, geproduceerd in dezelfde fabriek en tegen minimale vervoerskosten verspreid via hetzelfde distributienet, in verschillende lidstaten kunnen worden verkocht tegen prijzen die dikwijls met een factor drie uiteenlopen? De aanwezigheid van zulke verschillen voor vergelijkbare producten is eigenlijk op zich al voldoende bewijs dat er geen werkelijke arbitrage mogelijk is tussen twee lidstaten. Het feit dat deze verschillen blijven bestaan, toont aan dat hier geen sprake is van gelijke concurrentievoorwaarden binnen de gemeenschappelijke markt.

239. Hoe dit ook zij, de Commissie meent dat de analyse van vraag en aanbod zoals die in de andere punten van dit hoofdstuk is beschreven, voorzover dat nog nodig is, het nationale karakter van de markten dat uit het onderzoek van de prijzen naar voren komt, bevestigt.

Aanwezigheid van hoge drempels bij de toegang tot nationale markten

240. Uit de voorgaande overwegingen komt naar voren dat de nationale markten van de landen hoge toegangsdrempels kennen. Om in een gegeven land producten te kunnen afzetten, is het niet voldoende om “oplossingen” te bieden die elders werken. Een producent moet daarvoor eerst de behoudendheid van de installateurs doorbreken en zo een vraag creëren, toegang krijgen tot de groothandel en (bij materiaal voor eindverdelers) erkenning verwerven in de vorm van nationale kwaliteitskeuren. Aangezien de toegang tot de groothandel afhangt van de vraag van de installateurs en die vraag weer afhankelijk is van de beschikbaarheid van de producten en dus van de toegang tot de groothandel, kan deze operatie zeer hoge, en mogelijk niet meer terug te winnen investeringen vergen, vooral als er al gevestigde merken op de markt zijn.

Aansluitautomaten

241. Aansluitautomaten komen voor in nationale voorschriften in Portugal en Frankrijk, en de relevante geografische markt ervoor heeft derhalve een nationaal karakter.

Conclusie

242. In het licht van het voorgaande concludeert de Commissie dat er nationale markten bestaan voor de componenten van onderverdelers, eindverdelers en aansluitautomaten. Zoals één fabrikant het samenvat, dienen alle segmenten op nationale basis te worden geanalyseerd. Ten eerste verschillen de normen en nationale werkwijzen aanzienlijk van land tot land. Ten tweede zijn de nationale markten door hun verticale structurering (eindgebruiker/installateur/groothandel/fabrikant) zeer stabiel. Zo zou een fabrikant die een groothandelaar ertoe weet te brengen dat deze naast de al aanwezige merken ook zijn producten gaat voeren (wat erop neerkomt dat hij bij meer leveranciers gaat inkopen), vervolgens nog de lokale installateurs ervan moeten overtuigen dat ze zijn producten moeten kiezen.

243. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen deze zienswijze, waarbij zij met name aanvoeren dat de Commissie onvoldoende rekening houdt met de harmonisatie van het normenkader, de lage vervoerskosten en de pan-Europese opzet van de productie.

244. De Commissie erkent de aanwezigheid van deze drie factoren, maar stelt dat ze geen verandering brengen in de bepaling van de relevante geografische markten. Zo is het normenkader zoals reeds eerder opgemerkt slechts één aspect van de vraag en lijkt deze geen erg belangrijke rol te spelen gezien de grote betekenis die nog altijd wordt gehecht aan de nationale werkwijzen en kwaliteitskeuren. Hoe dit ook zij, de harmonisatie van normen heeft niet tot een convergentie van de materiaalprijzen gevoerd, wat wel het geval was geweest als hiermee een hoge drempel in het handelsverkeer was geslecht. Ook de Europese opzet van de productie en de lage vervoerskosten veranderen weinig aan het nationale karakter van de markten, want dat berust veeleer op het specifieke karakter van de nationale vraag en wat de aanbodkant aangaat van de perceptie van de merken en de wijze waarop de prijzen tot stand komen.

245. De afbakening van de geografische markten voor materialen voor hoofdverdelers kan hier daarentegen achterwege blijven, want omdat Legrand niet actief is in dit segment, zou de transactie geen significante belemmering met zich meebrengen van de concurrentie in de EER of een aanzienlijk deel daarvan.

B.2 *Voorgemonteerde kokersystemen en kabeldragers*

B.2.1 Bepaling van de productmarkten

246. De partijen hebben een productmarkt gedefinieerd die enerzijds kabeldragers en anderzijds kokersystemen met geïntegreerde geleiders, hierna aangeduid als voorgemonteerde kokersystemen, omvat.

247. Een kabeldrager is een geprefabriceerd geheel dat een doorlopende goot van geperforeerd metaalplaat of kabelladders vormt, bedoeld voor het geleiden en dragen van geïsoleerde koperen of aluminium geleiders die elektrische stroom in een gebouw transporteren. De partijen schrijven in hun toelichting dat kabeldragers vooral worden aangebracht onder vloeren, in metalen schachten en boven verlaagde plafonds van gebouwen. De meest gangbare materialen voor het maken van de dragers en ladders zijn staal, aluminium, PVC, polyester en metalen roosters. Deze producten worden in een groot aantal afmetingen gebogen in breedten van 50 tot 600 mm, hoogten van 50 tot 100 mm en lengten van 1 tot 3 m.

248. De stroomsterkten die de bekabeling op deze kabeldragers kan vervoeren, wordt bepaald door de technische kenmerken van de geleiders en het aantal daarvan. De partijen hebben uitgelegd⁶⁴ dat ze geen zeggenschap hebben over het elektrische vermogen dat via hun kabeldragers wordt doorgegeven. Zij fabriceren producten met bepaald mechanische eigenschappen en houden zich niet bezig met de ampères die door de bekabeling lopen. De geleiders hiervan kunnen van allerlei type, doorsnede en gewicht zijn. Kabeldragers kunnen zowel horizontaal als verticaal overal in gebouwen toepassing vinden, als verbinding tussen hoofd-, onder- en eindverdelers. Hoe groter het doorgegeven vermogen is en hoe zwaarder dus de bekabeling wordt (wegens de toenemende doorsnede van de geleiders), hoe steviger de kabeldragers moeten zijn. Zo worden metalen kabelladders vooral gebruikt tussen hoofd- en onderverdelers, terwijl kabeldragers in de vorm van geperforeerde goten gangbaar zijn tussen onder- en eindverdelers. Een ondergeschikte productcategorie zijn goten van gesoldeerde roosters of geperforeerd metaalplaat stroomafwaarts van de eindverdelers, voor de voeding van machines.

249. Voorgemonteerde kokersystemen zijn opgebouwd uit een aantal geleiders, van koper of aluminium, in ommantelingen van isolatiemateriaal, tezamen omhuld door een metalen koker, doorgaans van gegalvaniseerd staal. Een voorgemonteerd kokersysteem wordt opgebouwd uit een aantal onderdelen. Tussen het eigenlijke kokersysteem en het verdelerpaneel wordt de aansluiting op het net verzorgd door een voedingseenheid. Het kokersysteem zelf wordt opgebouwd uit een aantal kokers met een lengte die in de regel tussen 3 en 5 meter ligt. Deze elementen tellen verscheidene boven elkaar gelegen interne vakken met in elk daarvan geleiders. Met regelmatige tussenafstanden zijn aftakplaatsen aangebracht. Deze zijn bestemd voor het aansluiten van aftakdozen via

⁶⁴ Bericht van 3 juli 2001 in antwoord op een verzoek van de Commissie van 2 juli 2001.

welke de elektrische stroom naar één of meer ontvangers wordt geleid. Buigzame verbindingen, in het algemeen van kunststof, maken het mogelijk de geleiders en hun ommanteling ononderbroken langs muren en hoeken te leiden. Onderling worden de kokerelementen verbonden door middel van inklikkende koppelstukken. Aan het uiteinde wordt het systeem afgesloten met een eindsluitkap. De afmetingen van een voorgesamonteerd kokersysteem worden afgestemd op de door te voeren stroomsterkte. Volgens de partijen zijn kokersystemen geschikt voor stroomsterkten uiteenlopend van 20 tot 5 000 ampère.⁶⁵

250. Voorgesamonteerde kokersystemen kunnen vier verschillende functies vervullen. Een zware uitvoering, "Liaison" genaamd, verzorgt de verbinding tussen het transformatorstation dat middenspanning in laagspanning omzet en de hoofdverdeler. Het gaat daarbij om een korte afstand van minder dan 10 meter, maar een hoge stroomsterkte: tussen 1 600 en 4 000 ampère. Een lichtere uitvoering, aangeduid als "Transport", is speciaal bestemd voor de stroomdoorvoer van de hoofdverdeler naar de onderverdelers. De hierbij te overbruggen afstanden zijn groter, rond 30 meter, en de door te voeren stroomsterkte bedraagt tussen 400 en 1 600 ampère. De partijen merken echter op dat de twee meest gebruikte typen voorgesamonteerde kokersystemen speciaal gericht zijn op twee andere functies: de distributie van elektriciteit voor verlichtingssystemen en voor distributie van lage vermogens.⁶⁶ Bij verlichtingsinstallaties gaat het om voorgesamonteerde kokersystemen van ongeveer 30 meter lengte en in de regel een stroomsterkte tussen 16 en 40 ampère. Bovendien beschikken deze systemen over speciale aansluitingen voor de voeding van de verlichtingsarmaturen. Bij kokersystemen voor de distributie van lage vermogens bedraagt de lengte eveneens ongeveer 30 meter, maar zullen de stroomsterkten hoger liggen: tussen 40 en 100 ampère. Dit type dient voor de stroomtoevoer naar eindpunten als contactdozen en schakelaars en is ter bescherming van deze eindpunten voorzien van aansluitpunten en aansluitkasten met zekeringen en/of automaten.
251. Kabeldragers en voorgesamonteerde kokersystemen worden dus beide gebruikt voor het transport van elektriciteit van hoofd- naar onderverdelers. De partijen geven aan dat voorgesamonteerde kokersystemen bovendien worden toegepast voor de elektriciteitsdistributie stroomafwaarts van de onderverdeler, met name naar de eindverdelers.⁶⁷ Voorgesamonteerde systemen worden al in het fabricagestadium voorzien van de geleiders die voor het transport van elektriciteit nodig zijn, maar bij kabeldragers moeten die apart worden aangeschaft.⁶⁸ De partijen hebben bevestigd dat ze hun klanten geen gecombineerde offertes voor kabeldragers en geleiders geven.⁶⁹
252. Volgens de partijen maken kabeldragers en voorgesamonteerde kokersystemen deel uit van één productmarkt, en wel omdat deze twee productcategorieën eenzelfde functie vervullen: ze dienen als dragers voor het transporteren van hoge elektrische stroomsterkten, dikwijls van enkele honderden ampère, tussen de hoofdverdeler en de onderverdelers van de laagspanningsinstallatie. Hieruit concluderen de partijen dat

⁶⁵ Bijlage 39 van formulier CO.

⁶⁶ Antwoord van de partijen van 21 juni 2001 in reactie op een verzoek van 13 juni 2001.

⁶⁷ Formulier CO, blz. 52.

⁶⁸ Antwoord van 23.2.2001, punt 6.

⁶⁹ Antwoord van de partijen op vraag 9 van de vragenlijst van 22 maart 2001.

voorgemonteerde kokersystemen en kabeldragers aan de vraagzijde onderling substitueerbaar zijn.

253. Het blijkt evenwel dat bij deze twee productcategorieën de vervangbaarheid aan de vraagzijde beperkt is, terwijl er geen sprake is van substitueerbaarheid aan de aanbodzijde.

Substitueerbaarheid aan de vraagzijde

254. De partijen lichten toe⁷⁰ dat de keuze voor de ene of de andere productcategorie afhangt van de situatie binnen het gebouw en de kenmerken van het netwerk dat er wordt aangelegd. Voorgemonteerde kokersystemen zouden het voordeel hebben van meer flexibiliteit ten aanzien van de plaatsing van op het net aan te sluiten elektrische apparaten (computers, machines, enz.) dan kabeldragers. Dit laatste punt wordt speciaal onderstreept in een intern document van Schneider⁷¹, waarin wordt uiteengezet dat voorgemonteerde systemen “ten opzichte van aparte bedradingen concurrerender zijn” als het om het aansluiten van een groot aantal machines in één lokaal gaat. Ze zouden daarvoor twee belangrijke voordelen bieden: in de eerste plaats zijn voorgemonteerde kokersystemen “gemakkelijk aan te passen: men kan een machine eenvoudig verplaatsen of een extra machine toevoegen en deze dan aansluiten op beschikbaar aansluitpunt in de directe omgeving daarvan.” In de tweede plaats zijn voorgemonteerde kokersystemen “zeer flexibel, omdat er heel gemakkelijk gedeelten kunnen worden toegevoegd of weggehaald wanneer veranderingen in de opstelling dat wenselijk maken.” Voordelen van dezelfde orde worden beschreven in een ander intern document van Schneider.⁷² Daarin wordt aangegeven dat de prijs van voorgemonteerde kokersystemen [...]* maal hoger is dan die van kabeldragers, maar dat de installatiekosten van een vertakking [...]* maal goedkoper is. Volgens ditzelfde document is het aanbrengen van voorgemonteerde kokersystemen aldus al vanaf het aanleggen van meer dan [...]* vertakkingen qua kosten voordeliger dan de toepassing van kabeldragers.
255. Bovendien wordt in een intern document van Schneider⁷³ beschreven dat voorgemonteerde kokersystemen eveneens “concurrerender zijn dan kabels” voor “Liaison”-toepassingen (van transformator naar hoofdverdeling), waarbij het gaat om het transport van stroomsterkten van meer dan 1 600 ampère. Voor “Transport”-kokersystemen (van hoofdverdelers naar onderverdelers), waarbij de stroomsterkte meer dan 1 000 ampère bedraagt, zou hetzelfde gelden.
256. Bovendien verschillen voorgemonteerde kokersystemen en kabeldragers op het punt van technische kenmerken en werking. Zo stellen de partijen⁷⁴ dat voorgemonteerde kokersystemen veel beter bestand zijn tegen de hoge stroomsterkten die bij kortsluiting

⁷⁰ Formulier CO, blz. 52.

⁷¹ “Busbar trunking – SBU presentation”. Document verstrekt als antwoord (bijlage 8) op de vragenlijst van 22 maart 2001, blz. 10.

⁷² Document verstrekt als bijlage 39 bij formulier CO, blz. 4.

⁷³ “Busbar trunking – SBU presentation”. Document verstrekt als antwoord (bijlage 8) op de vragenlijst van 22 maart 2001, blz. 9.

⁷⁴ Formulier CO, blz. 52.

optreden en in een intern document van Schneider⁷⁵ staat dat kokersystemen in het geval van kortsluiting het voordeel bieden dat de onderbreking van de stroomvoorziening tot een minimum beperkt blijft. In dit document wordt gesteld: “Voor en na elk aansluitpunt zijn beveiligingen aangebracht die ervoor zorgen dat de toevoer naar niet meer dan één stroomafnemer uitvalt. De “downtime” die voor onderhoud en reparaties nodig is, wordt hierdoor minimaal”. Verder vermeldt dit document⁷⁶ dat elektrische kokersystemen 40% lichter en tweemaal sneller te installeren zijn dan kabeldragers.

257. Daar staat tegenover dat de veelheid aan materialen die voor de fabricage van kabeldragers bruikbaar zijn toepassing daarvan in speciale situaties mogelijk maakt. Aluminium kabeldragers bijvoorbeeld zijn bijzonder geschikt voor een vochtige atmosfeer en dragers van met glasvezel versterkte kunststof zijn goed bestand tegen corrosieve milieus. Eerstgenoemde worden daarom veel toegepast in de voedingsmiddelensector en kunststofdragers in de chemische industrie.⁷⁷
258. Kokersystemen en kabeldragers voorzien dus in specifieke, uiteenlopende behoeften. De eerste bieden economischer oplossingen dan de tweede zodra de tussen hoofdverdeler en onderverdelers door te geven stroomsterkten 1 000 ampère te boven gaan en ook voor verbindingen tussen de middenspanning/laagspanningstransformator en de hoofdverdeler met stroomsterkten van meer dan 1 600 ampère. Voor “Distribution”-toepassingen geldt dat een voorgemonteerd systeem economisch voordeliger is als het aantal te installeren aftakkingen hoger is dan vijf. De technische kenmerken van voorgemonteerde systemen maken ze verder bijzonder geschikt en zelfs onvervangbaar voor situaties waar een ononderbroken elektriciteitsvoorziening essentieel is en waar een groot aantal aftakkingen is vereist, zoals in grote kantoorgebouwen, ziekenhuizen en luchthavens. In een intern document van Schneider wordt dit soort toepassingen zelfs als de natuurlijke markt van voorgemonteerde kokersystemen gepresenteerd.⁷⁸ Anderzijds zouden kabeldragers boven voorgemonteerde systemen te verkiezen zijn voor bepaalde economische sectoren en speciale omgevingsomstandigheden.
259. De substitueerbaarheid van voorgemonteerde systemen en kabeldragers is dus aan de vraagzijde slechts partieel, namelijk in wezen beperkt tot toepassingen waarbij het gaat om de distributie van lage vermogens, en “Transport”- en “Liaison”-toepassingen. En zelfs voor elk van deze toepassingen lopen de kenmerken van de twee productcategorieën zodanig uiteen dat de onderlinge substitueerbaarheid aan de vraagzijde hierdoor wordt beperkt.
260. Deze conclusie wordt onderschreven door een intern document van Schneider waarin wordt aangegeven dat “kabels” slechts een “indirecte concurrent” vormen van voorgemonteerde kokersystemen.⁷⁹ De partijen onderstrepen dat de techniek met kabeldragers als indirecte concurrent wordt beschouwd “omdat het dezelfde basisfunctie

⁷⁵ “Busbar trunking – SBU presentation”, op. cit., blz. 10.

⁷⁶ Idem, blz. 9.

⁷⁷ Zie antwoord van de partijen op vraag 4 van de vragenlijst van 22 maart 2001.

⁷⁸ “Busbar trunking – SBU presentation”, op. cit., blz. 9.

⁷⁹ “Présentation de la démarche Marketing CEP”, door Schneider verstrekt document als antwoord op de vragenlijst van 22 maart 2001, bijlage 6, blz. 4.

betreft, maar zonder dezelfde flexibele toepassingsmogelijkheden te kunnen bieden.”⁸⁰ Een hierover geraadpleegde derde, Pogliano, licht toe dat kabeldragers en voorgemonteerde kokersystemen niet echt met elkaar concurreren, behalve op die geografische markten waar voorgemonteerde systemen nog weinig verbreid zijn en de gebruiker de relatieve voordelen ervan daardoor slecht kent.⁸¹

Substitueerbaarheid vanuit de aanbodzijde

261. Vele derden hebben verklaard dat voorgemonteerde kokersystemen vergeleken met kabeldragers een in technisch opzicht verbeterd product vormen. Zoals al is aangegeven worden de elektrische geleiders bij voorgemonteerde kokersystemen namelijk al in het fabricagestadium aangebracht, terwijl kabeldragers slechts een ondersteuning leveren van de later te monteren geleiders.
262. De technische verschillen tussen voorgemonteerde kokersystemen en kabeldragers komen ook tot uitdrukking in de ervoor geldende normen. De normen voor voorgemonteerde systemen, IEC 60439-2 en CENELEC EN 60439-2, stellen eisen aan de elektrische eigenschappen, de isolatie en de afmetingen van de erin opgenomen geleiders en de kwaliteit van de koppelingen. De normen CENELEC EN 10142 en EN 10088 aangaande kabeldragers daarentegen stellen mechanische eisen waaraan de dragers en hun bevestigingen moeten voldoen om het gewicht van de kabels goed te kunnen dragen. Terwijl de normen voor voorgemonteerde systemen elektrische eisen stellen die zijn gericht op het voorkomen van kortsluiting en brand⁸², betreffen de normen over kabeldragers dus vooral eisen over de mechanische krachten die deze producten moeten kunnen doorstaan. In tegenstelling tot kabeldragers maken voorgemonteerde systemen dus deel uit van de elektrische apparatuur, in de zin dat ze voor het doorvoeren van elektrische stroom dienen.
263. Dit technische onderscheid weerspiegelt zich in verschillen in het fabricageproces. Het maken van kabeldragers hoort bij de metaalindustrie of plaatwerkerij, terwijl de fabricage van voorgemonteerde systemen tot de elektrotechniek wordt gerekend. De partijen erkennen dan ook in formulier CO (blz. 52) dat in het algemeen kabeldragers door plaatwerkerijen worden gemaakt en voorgemonteerde systemen door elektrotechnische bedrijven. Als gevolg hiervan zijn er voorzover de Commissie bekend maar twee ondernemingen die deze twee productcategorieën allebei produceren: Schneider en Hager. In beide gevallen betreft het hier een recente situatie die is ontstaan door overname van een ander bedrijf (Lexel door Schneider en Tehalit door Hager). Vóór deze acquisitie maakten Schneider en Hager alleen voorgemonteerde systemen.
264. Dit verandert niets aan het feit dat elk van deze groepen dochterondernemingen heeft die gespecialiseerd zijn in hetzij de ene, hetzij de andere van deze productcategorieën. Binnen de Schneider-groep bijvoorbeeld maken de dochterbedrijven Télémécanique en Normabarre voorgemonteerde kokersystemen, terwijl de dochterbedrijven Wibe, Stago en Mita zich bezighouden met de productie van kabeldragers. De voornaamste fabrikanten van voorgemonteerde kokersystemen in Europa (Moeller, MEM-Delta,

⁸⁰ Antwoord van de partijen van 21 juni 2001 op een verzoek van de Commissie van 13 juni 2001.

⁸¹ Antwoord van 17.2.2001, punt 6.

⁸² Zie het antwoord van de partijen op vraag 7 van de vragenlijst van 22 maart 2001.

Pogliano, Zucchini, enz.) maken geen kabeldragers. De partijen onderstrepen verder dat de producenten van kabeldragers kleine ondernemingen zijn die zich speciaal op dit soort producten hebben toegelegd.⁸³

265. Aan de aanbodzijde is er dus geen sprake van substitueerbaarheid van kabeldragers en voorgesmonteerde elektrische systemen.

Conclusie

266. Om de hierboven geschetste redenen is de Commissie van mening dat kabeldragers en voorgesmonteerde kokersystemen twee afzonderlijke productmarkten vormen. In hun memorie van antwoord⁸⁴ hebben de partijen deze opvatting niet bestreden.

B.2.2 Afbakening van de geografische markt

267. De partijen zijn van oordeel dat de markt voor kabeldragers en voorgesmonteerde kokersystemen van Europese dimensie is. Zij baseren die opvatting op het feit dat de in de verschillende lidstaten verkochte producten identiek zijn. Bovendien wordt meer dan [...] *% van de productie van Schneider en Legrand volgens hun opgave verkocht in andere landen dan die waar de productie plaatsvindt.

268. Uit het onderzoek van de Commissie komt evenwel naar voren dat de concurrentie op het gebied van producten voor laagspanningsdistributie zich in essentie afspeelt op nationaal niveau. De kernaspecten van de analyse die hierboven voor verdelers is uitgewerkt⁸⁵, gelden in hoofdlijn evenzeer voor kabeldragers en voorgesmonteerde kokersystemen. Met name de hieronder weergegeven overwegingen bevestigen dit beeld voor deze productmarkten.

De verkoopprijzen van kabeldragers en voorgesmonteerde kokersystemen lopen van lidstaat tot lidstaat sterk uiteen

269. Er bestaan tussen de lidstaten van de EER aanzienlijke prijsverschillen voor producten met hetzelfde referentienummer, zowel op het gebied van voorgesmonteerde kokersystemen als dat van kabeldragers.

Voorgesmonteerde kokersystemen

270. De partijen hebben een vergelijkend prijsoverzicht aangeleverd voor wat zij beschouwen als de twee meest gangbare standaarduitvoeringen. Het betreft hier (i) het door Télémecanique gemaakte tweepolige kokersysteem voor verlichting KLE 16 ampère en

⁸³ Formulier CO, blz. 53.

⁸⁴ Punt 472.

⁸⁵ Overwegingen 126-224.

(ii) het ook door Télémecanique gemaakte kokersysteem voor lage vermogens KNA 63 ampère.⁸⁶

271. In tabel 11 hieronder zijn de in verschillende EER-lidstaten geldende verkoopprijzen weergegeven van het door Télémecanique, een dochteronderneming van Schneider, gemaakte kokersysteem voor verlichting [...]*.⁸⁷

Tabel 11

	Frankrijk	Italië	Spanje	België	Portugal	Griekenland	VK	Ierland
Prijs in FRF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prijs in %, Frankrijk = 100%	100	**	**	***	***	***	****	***

	Duitsland	Oostenrijk	Nederland	Zweden	Denemarken	Noorwegen	Finland
Prijs in FRF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prijs in %, Frankrijk = 100%	**	***	***	**	**	**	**

Bron: Partijen

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , enz.]*

272. In tabel 12 hieronder zijn de in de verschillende EER-lidstaten geldende verkoopprijzen weergegeven van het door Télémecanique, een dochteronderneming van Schneider, gemaakte kokersysteem voor lage vermogens [...]*.⁸⁸

Tabel 12

	Frankrijk	Italië	Spanje	België	Portugal	Griekenland	VK	Ierland
Prijs in FRF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prijs in %, Frankrijk = 100%	100	*	**	**	**	**	***	***

	Duitsland	Oostenrijk	Nederland	Zweden	Denemarken	Noorwegen	Finland
Prijs in FRF	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*	[...]*
Prijs in %, Frankrijk = 100%	**	***	***	***	***	**	****

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , enz.]*

⁸⁶ Antwoord van de partijen van 21 juni 2001 op een verzoek van de Commissie van 13 juni 2001.

⁸⁷ Antwoord van 21 juni 2001 op een verzoek van de Commissie van 13 juni 2001.

⁸⁸ Antwoord van 21 juni 2001 op een verzoek van de Commissie van 13 juni 2001.

273. Uit deze twee overzichten is duidelijk dat de prijs van eenzelfde referentienummer van een voorgesneden kokersysteem sterk uiteenloopt van de ene EER-lidstaat tot de andere. Te constateren is immers dat de prijs van eenzelfde nummer tussen twee naburige lidstaten meer dan [50-100]*% uiteen kan lopen. Het kokersysteem [...] bijvoorbeeld wordt in Noorwegen verkocht voor [...]* FRF en in Zweden voor [...]* FRF. Evenzo wordt kokersysteem [...] in Spanje verkocht voor [...]* FRF en in Frankrijk voor [...]*FRF.

Kabeldragers

274. Onderstaande tabel 13 geeft voor de periode tussen 1996 en 2000 de verkoopprijsonwikkeling weer van stalen kabelladders (“steel cable ladders”) vervaardigd door Lexel, een dochteronderneming van Schneider, in de verschillende EER-lidstaten waar Lexel deze producten op de markt brengt.

Tabel 13

	1996	1997	1998	1999	2000
Zweden ⁸⁹	100	***	***	***	***
Denemarken	***	***	***	***	***
Finland	**	**	**	**	**
Duitsland	**	**	**	**	**
Verenigd Koninkrijk	***	***	***	***	***
Nederland	***	***	***	***	***
België	***	***	***	***	***

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , enz.]*

275. Uit tabel 13 blijkt dat de prijs van dit type kabeldragers sterk uiteenloopt tussen de lidstaten, zelfs tussen buurlanden, en dat die verschillen de laatste vijf jaar in het algemeen niet kleiner zijn geworden. Het verschil in de prijzen in Zweden en Denemarken bijvoorbeeld, dat in 1996 [0-50]*% bedroeg, ligt in 2000 bij [0-50]*%; het in 1996 bestaande prijsverschil van [0-50]*% tussen Duitsland en Nederland was in 2000 [50-100]*%.

276. In hun memorie van antwoord hebben de partijen gesteld dat het niet juist is de prijzen voor stalen kabelladders van Lexel als maatgevend te zien voor het bestaan van onderlinge prijsverschillen tussen lidstaten op het hele gebied van kabeldragers. Volgens hen leveren stalen kabelgoten een betere maatstaf voor het beoordelen van de ontwikkelingen op de gehele markt, aangezien voor deze productcategorie op Europees niveau de omzet tweemaal zo groot is als op het terrein van stalen kabelladders. Hoe dit ook zij, zij stellen dat het prijsverschil bij stalen kabelladders tussen bepaalde buurlanden, zoals Nederland en Duitsland, nagenoeg nul is.

277. In de eerste plaats is hierbij op te merken dat de bewering van de partijen dat hun omzet in stalen kabelgoten het dubbele is van die in kabelladders, berust op een simpele

⁸⁹ Basis: prijs in Zweden in 1996 = 100.

extrapolatie van de in het Verenigd Koninkrijk bestaande situatie naar Europees niveau. De partijen hebben namelijk geen enkele informatie verstrekt die het mogelijk maakt te beoordelen hoe de verkoop van kabeldragers in het Verenigd Koninkrijk zich verhoudt tot die in de rest van de EER.

278. Bovendien blijkt uit door de partijen verstrekte documenten⁹⁰ dat er ook bij stalen kabelgoten tussen lidstaten, zelfs buurlanden, aanzienlijke prijsverschillen bestaan. In het onderstaande overzicht is voor de periode 1998-1999 de prijsontwikkeling weergegeven voor stalen kabelgoten gemaakt door Lexel, een dochterbedrijf van Schneider, in de drie landen waar het bedrijf die op de markt brengt.

Prijsoverzicht van stalen kabelgoten

	1998	1999	2000
Nederland 91	100	[100-150]*	[100-150]*
Duitsland	[100-150]*	[100-150]*	[100-150]*
België	[50-100]*	[50-100]*	[50-100]*

Bron: Partijen

279. Uit het bovenstaande prijsoverzicht van stalen kabelgoten komt naar voren dat het verschil in prijzen tussen Nederland en Duitsland weliswaar gering is en overigens tussen 1998 en 2000 een neiging vertoont tot verdere daling, maar daar tegenover staat dat het prijsverschil tussen enerzijds deze twee landen en anderzijds België in 2000 meer dan [0-50]*% bedraagt en binnen die periode een stijgende tendens te zien geeft.

280. In hun memorie van antwoord stellen de partijen dat de vergelijking van de prijzen van kabeldragers in de verschillende lidstaten, zoals de Commissie die heeft uitgevoerd, incorrect is doordat daarbij geen rekening is gehouden met drie externe factoren.

281. In de eerste plaats zou de Commissie geen rekening hebben gehouden met het feit dat gebruikers in Finland en Zweden om historische redenen een duidelijke voorkeur hebben voor kabelladders boven kabelgoten. Die situatie zou tot gevolg hebben dat er voor het eerste soort producten meer concurrentie is, hetgeen deels zou verklaren waarom in die landen de prijzen lager zijn dan in de rest van Europa.

282. Hierover is allereerst op te merken dat met betrekking tot de door Schneider geproduceerde kabelgoten niet alleen tussen Zweden en Finland enerzijds en de andere lidstaten anderzijds aanmerkelijke verkoopprijsverschillen bestaan, maar, zoals uit tabel 13 blijkt, dat er in 2000 tussen Duitsland en België een prijsverschil van [50-100]*% was. Als ook Duitsland als een bijzondere situatie wordt opgevat, blijft er tussen Denemarken en België toch een verschil van [0-50]*%. Daarnaast vormt het feit dat er, zoals de partijen stellen, van lidstaat tot lidstaat aanzienlijke verschillen in de spreiding van de omzetcijfers over de uiteenlopende typen kabeldragers zijn die samenhangen met

⁹⁰ Antwoord van de partijen van 19 juli 2001 op vraag van de vragenlijst van 22 maart 2001

⁹¹ Basis: prijs in Zweden in 1998= 100

de voorkeuren van de nationale afnemers voor bepaalde uitvoeringen⁹², nog een belangrijk argument om uit te gaan van nationale productmarkten.

283. In de tweede plaats stellen de partijen in hun memorie van antwoord⁹³ dat de prijsverschillen tussen lidstaten bij de door Lexel op de markt gebrachte kabelladders zijn veroorzaakt door schommelingen in de valuta's van de lidstaten. Als voorbeeld geven zij hierbij aan dat de Zweedse kroon ten opzichte van het Britse pond bijna 30% in waarde is gedaald, hetgeen volgens hen het prijsverschil tussen Zweden en het Verenigd Koninkrijk voor deze productcategorie verklaart. Uit tabel 13 hiervoor komt evenwel naar voren dat het verkoopprijsverschil tussen deze twee landen voor kabelgoten van Lexel in 1996 [0-50]*% bedroeg en in 2000 op [0-50]*% was gekomen, zodat van een teruggang van het prijsverschil tussen Zweden en het Verenigd Koninkrijk geen sprake is. Bovendien moet hier worden opgemerkt dat de geconstateerde prijsverschillen bij de door Lexel op de markt gebrachte kabelladders veel EER-lidstaten betreft waarvan de munteenheden de afgelopen jaren stabiel zijn gebleven ten opzichte van elkaar. Zo blijkt uit de bovenvermelde tabel 13 dat bijvoorbeeld het prijsverschil tussen Duitsland en Nederland in 2000 [50-100]*% bedroeg.

284. In de derde plaats tenslotte voeren de partijen aan⁹⁴ dat bij de verkoopprijzen die ze aan de Commissie hebben doorgegeven, rekening is gehouden met de prijsreducties en omzetkortingen voor elke order. De hoogte van dergelijke reducties en kortingen verschilt van lidstaat tot lidstaat, wat volgens de partijen de geconstateerde verschillen in de gemiddelde verkoopprijzen verklaart. Wat dit betreft kan worden volstaan met de constatering dat de partijen geen enkel document hebben aangeleverd waaruit zou kunnen blijken dat de gemiddelde omvang van de orders van land tot land zou verschillen. En hoe dan ook, als dat inderdaad het geval is, is dat een belangrijk extra argument voor de zienswijze dat de relevante geografische markten voor kabeldragers de nationale markten zijn.

De posities van producenten van kabeldragers en voorgesneden kokersystemen loopt per lidstaat sterk uiteen

285. De marktaandelen van de voornaamste aanbieders op de markten van voorgesneden kokersystemen en kabeldragers variëren per lidstaat aanzienlijk.

Voorgesneden kokersystemen

286. Onderstaande tabel 14, die door de partijen is verstrekt⁹⁵, geeft een beeld van de marktaandelen van de belangrijkste aanbieders op de markt van voorgesneden kokersystemen in de voornaamste EER-lidstaten.

⁹² Punt 484 van de memorie van antwoord in reactie op de mededeling van punten van bezwaar.

⁹³ Punt 485 en volgende.

⁹⁴ Punt 489 van de memorie van antwoord in reactie op de mededeling van punten van bezwaar.

⁹⁵ E-mailbericht van 12 maart 2001.

Tabel 14

	Schneider	Moeller	Zucchini	Pogliano	Overige 1	Overige 2
Duitsland	[30-40]*%	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Siemens [0-10]*%	Lanz [0-10]*%
Oostenrijk	[60-50]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Lanz [0-10]*%	
België	[50-60]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		EAE [0-10]*%	
Denemarken	[60-50]*%	[20-30]*%				
Spanje	[40-50]*%	[30-40]*%	[10-20]*%	[10-20]*%		
Frankrijk	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Erico [0-10]*%	
Finland	[20-30]*%	[10-20]*%			MEM [30-40]*%	
Verenigd Koninkrijk	[10-20]*%	[30-40]*%	[10-20]*%		MEM [10-20]*%	
Griekenland	[60-50]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Ierland	[80-90]*%	[0-10]*%	[10-20]*%		MEM [0-10]*%	
Noorwegen	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%			
Nederland	[40-50]*%	[40-50]*%	[0-10]*%		EAE [0-10]*%	
Portugal	[70-80]*%	[20-30]*%	[0-10]*%			
Totaal EER	[20-30]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		

287. Uit tabel 14 hiervoor blijkt dat de marktposities van de voornaamste fabrikanten van voorgemonteerde systemen van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk variëren. Als we ons beperken tot de verschillen tussen buurlanden, zien we dat Schneider in Frankrijk een marktaandeel heeft van [70-80]*%, terwijl het marktaandeel in België [50-60]*% is, [40-50]*% in Frankrijk en in Duitsland niet meer dan [30-40]*%. Verder heeft Schneider in Ierland een marktaandeel van [80-90]*%, maar in het Verenigd Koninkrijk van slechts [10-20]*%, en in Portugal een marktaandeel van [70-80]*% tegenover slechts [40-50]*% in Spanje. Moeller, de voornaamste andere partij op de Europese markt, heeft in Duitsland een marktaandeel van [50-60]*%, in Oostenrijk van [30-40]*%, in België van [10-20]*% en in Frankrijk van slechts [0-10]*%.

Kabeldraggers

288. Onderstaande tabel 15, die door de partijen is verstrekt, geeft een beeld van de marktaandelen van de belangrijkste concurrenten op de markt van kabeldraggers in de verschillende EER-lidstaten.

Tabel 15

	Schneider	Legrand	Hager	Overige 1	Overige 2
Duitsland	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	OBO	Van Geel
Oostenrijk	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
België	[10-20]*%		[0-10]*%	Vergocan	Van Geel
Denemarken	[20-30]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	RM Industrial Group	Van Geel
Spanje	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Finland	[0-10]*%		[0-10]*%	Meka	Nordic Aluminium
Frankrijk	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Tolmega [30-40]*%	Métal Déployé [20-30]*%
Verenigd Koninkrijk	[0-10]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	RM Cable Tray [0-10]*%	Unitrust [0-10]*%
Griekenland	[0-10]*%	[0-10]*%			
Ierland	[0-10]*%	[0-10]*%		RM Cable Tray	Unitrust
Italië	[0-10]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	Sati [20-30]*%	ABB [10-20]*%
Noorwegen	[40-50]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Ögland	Van Geel
Nederland	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Van Geel	Gouda
Portugal	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		
Zweden	[70-80]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Meka	Van Geel
Totaal EER	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		

289. Uit het bovenstaande overzicht blijkt dat Schneider slechts in zes lidstaten aanwezig is en in vijf daarvan een marktaandeel tussen [20-80]*% heeft. Op alle overige nationale markten speelt het bedrijf geen rol. Legrand heeft op het niveau van de hele EER het grootste marktaandeel, terwijl het bedrijf slechts in drie lidstaten aanwezig is (Frankrijk, Italië en het Verenigd Koninkrijk) en slechts in twee daarvan met een belangrijk marktaandeel: Italië met [20-30]*% en het Verenigd Koninkrijk met [30-40]*%. Met uitzondering van Hager, dat in elf lidstaten aanwezig is, zijn alle overige concurrenten slechts in één of twee veelal naburige lidstaten actief (bijv. Unitrust en RM Cable Tray in Ierland en het Verenigd Koninkrijk en Meka in Zweden en Finland). Van Geel lijkt de enige uitzondering op deze regel want dit bedrijf is aanwezig in België, Nederland, Duitsland en eveneens in Scandinavië.

290. De meeste partijen op de markt van kabeldraggers zijn dus slechts in één lidstaat actief. Voor de concurrenten die in meer dan één land aanwezig zijn, geldt dat ze (i) in één daarvan een werkelijk belangrijk marktaandeel in handen hebben en (ii) hun marktaandelen in de andere lidstaten een stuk geringer en ook wisselender zijn.

291. In hun memorie van antwoord⁹⁶ hebben de partijen opgemerkt dat op de markt van de onderhavige producten verscheidene aanbieders in een aantal lidstaten opereren. Als voorbeeld noemen de partijen hier Schneider, aanwezig in zeven lidstaten, Van Geel, aanwezig in zes lidstaten en Hager, aanwezig in elf lidstaten. Bovendien voeren de partijen aan dat Hager betrekkelijk evenredige marktaandelen heeft in de verschillende lidstaten waar het bedrijf actief is.
292. Ten aanzien van dit punt kan worden volstaan met de opmerking dat de omstandigheid dat drie ondernemingen op het gebied van kabeldragers in meerdere lidstaten actief zijn, niet voldoende is om te kunnen spreken van marktpartijen van werkelijk Europese dimensie die met elkaar concurreren op de EER-markt als geheel. Deze conclusie wordt nog ondersteund door het feit dat geen van de drie voornaamste concurrenten op EER-niveau, Schneider, Legrand en Hager, op nationaal niveau enigermate evenredige marktaandelen heeft.

De distributie van kabeldragers en voorgesneden kokersystemen is op nationaal niveau georganiseerd

293. De partijen stellen dat gemiddeld tussen 75% en 95% van de omzet van fabrikanten van kabeldragers en voorgesneden kokersystemen bestaat uit verkopen aan de groothandel.⁹⁷ Schneider geeft bijvoorbeeld aan dat zijn totale verkoop aan kabeldragers in Zweden, het Verenigd Koninkrijk en Nederland naar groothandelaren gaat. Over de andere lidstaten heeft Schneider geen informatie verstrekt.⁹⁸
294. Zoals hierboven al is toegelicht, zijn de betrekkingen tussen fabrikanten en de groothandel in materialen voor elektriciteitsdistributie op nationale of zelfs regionale voet georganiseerd, ook waar het gaat om fabrikanten en groothandelaren van Europees formaat. Deze constatering geldt ook voor kabeldragers en voorgesneden kokersystemen, en de concurrentie in de distributie van deze producten vindt in hoofdzaak op nationaal niveau plaats.
295. In hun memorie van antwoord⁹⁹ voeren de partijen aan dat een belangrijk deel van de omzet van fabrikanten van kabeldragers directe verkoop aan eindafnemers betreft. Dat zou in het bijzonder gelden voor de grote bouwwerken, waarbij de groothandelaren zelf van de fabrikanten zouden verlangen dat deze de in hun kabeldragers die in de catalogus van de groothandel zijn opgenomen, rechtstreeks bij de klanten afleveren. In die situatie zouden de betrekkingen tussen groothandel en fabrikant niet langer bepalend zijn voor de geografische afbakening van de betrokken productmarkten.
296. Hierover moet allereerst worden opgemerkt dat de partijen geen enkele onderbouwing hebben aangeleverd waaruit de omvang van de rechtstreekse verkoop van fabrikant aan eindafnemer op de markt van kabeldragers af te leiden is. De enige gegevens die de partijen verstrekken betreffen hun eigen verkopen, en daaruit blijkt juist dat de verkopen aan de groothandel het leeuwendeel van hun omzet vertegenwoordigen. Er is geen

⁹⁶ Punten 506 en 509.

⁹⁷ Formulier CO, blz. 90.

⁹⁸ Bijlage bij het antwoord van Schneider op vraag 98 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

⁹⁹ Punt 523.

enkele informatie voorhanden waaruit te concluderen valt dat de verhoudingen bij andere marktpartijen hiervan afwijken.

297. Bovendien houdt het argument van de partijen dat de groothandel van fabrikanten zou verlangen dat zij kabeldragers die in de catalogus van de groothandel zijn opgenomen, rechtstreeks aan eindafnemers leveren, op zichzelf geenszins in dat het een directe verkoop van de fabrikant aan de klant betreft. Integendeel, de tussenkomst van de groothandel die besloten heeft de betrokken producten in zijn verkoopcatalogus op te nemen, doet veeleer vermoeden dat deze de producten van de fabrikant koopt en ze vervolgens aan de eindafnemer verkoopt zonder dat deze producten daarbij fysiek via de eigen magazijnen van de groothandel worden geleverd.

Toegangsbelemmeringen

298. De partijen hebben in hun memorie van antwoord¹⁰⁰ aangevoerd dat de markt van kabeldragers gekenmerkt wordt door lage toegangsdrempels. Het betreft volgens de partijen uniforme producten, in die zin dat ze weinig of geen aanpassing aan een specifieke lokale marktvraag behoeven. Verder stellen de partijen dat de transportkosten betrekkelijk laag zijn en het vrije vervoer binnen de grenzen van de EER niet in de weg staan. Tenslotte is er volgens de partijen sprake van omvangrijke handelsstromen tussen de lidstaten onderling. [20-40]*% van de kabeldragers van Schneider en van Legrand zouden bijvoorbeeld op de markt komen in een andere lidstaat dan het land waar de productie plaatsvindt.

299. Het bestaan van aanzienlijke prijsverschillen tussen lidstaten en de hierboven geconstateerde uiteenlopende marktaandelen van de aanbieders vormen twee belangrijke door cijfers onderbouwde factoren die de bewering van de partijen dat de toegang tot de markt van kabeldragers slechts geringe drempels heeft, weerleggen of op zijn minst sterk verzwakken. Uit het onderzoek van de Commissie komt naar voren dat de toegang tot de verkoopkanalen op de markt van kabeldragers de voornaamste hindernis vormt, aangezien het merendeel van de verkopen via de groothandel verloopt. De neiging van groothandelaren om voor elke categorie elektrisch materiaal het aantal merken dat zij voeren, te reduceren, zal in het algemeen deze toegangsdrempel verhogen.

Conclusie

300. De relevante geografische markten voor de verkoop van kabeldragers en voorgeïmteerde kokersystemen zijn de nationale markten.

¹⁰⁰ Punten 512 en volgende.

B.3 Elektrische apparatuur voorbij de eindverdelers

B.3.1 Bepaling van de productmarkten

Inleiding

301. De elektrische materialen die voorbij de eindverdelers worden aangebracht hebben als gemeenschappelijk kenmerk dat ze zich helemaal aan het einde van de vertakkingen van het elektriciteitsnet bevinden, voorbij de eindverdelers.
302. De partijen stellen voor op dit gebied uit te gaan van de volgende afzonderlijke productmarkten: (i) de markt van contactdozen en schakelaars; (ii) de markt van regelsystemen; (iii) de markt van systemen voor beveiliging van personen; (iv) de markt van systemen voor de beveiliging van goederen; (v) de markt van verbindingen voor communicatienetwerken; (vi) de markt van installatie- en bevestigingsmateriaal; en (vii) de markt van in het zicht blijvende bekabelingen. Elk van deze productcategorieën zou namelijk een specifieke functie vervullen. Het onderzoek van de Commissie heeft bevestigd dat deze verschillende categorieën niet kunnen worden samengevoegd tot één productmarkt. De voorgestelde transactie zou geen gevolgen hebben voor de markten van regelsystemen, van systemen voor de beveiliging van goederen, van verbindingen voor communicatienetwerken en van in het zicht blijvende bekabelingen.
303. Een gemeenschappelijk kenmerk van de door de partijen voorgestelde productmarkten is dat elk daarvan producten omvat die niet onderling substitueerbaar zijn.
304. De betrokken markten hebben niettemin enkele gemeenschappelijke kenmerken waardoor ze zich onderscheiden van de markten van verdelerpanelen, kabeldragers en voorgemonteerde kokersystemen. Allereerst gaat het om markten die hoofdzakelijk betrekking hebben op woon- en kantooromgevingen, en niet op de industriële sector (uitgezonderd bepaalde categorieën producten als waterdichte apparatuur). Bovendien gaat het hier om het zichtbare gedeelte van de installatie. Deze twee kenmerken hebben tot gevolg dat in tegenstelling tot verdelers, kabeldragers en kokersystemen het esthetische aspect bij de keuze van de producten een belangrijke rol speelt en dat de eindafnemer er veel duidelijker belang bij heeft om bij de keuze te worden betrokken. Verder verloopt de handel in producten voor toepassing voorbij de eindverdelers vrijwel uitsluitend via groothandelaren. Paneelbouwers en de directe verkoop van fabrikanten aan eindafnemers spelen bij deze producten geen enkele rol. Dit maakt dat de rol van de installateur bij de keuze van de producten groter is dan bij die van laagspanningsverdelers, kabeldragers of voorgemonteerde kokersystemen.

Contactdozen en schakelaars

Inleiding

305. De categorie contactdozen en schakelaars voor laagspanning omvat volgens het voorstel van de partijen de volgende soorten producten:
- contactdozen voor het aansluiten van elektriciteit verbruikende apparatuur;

- zogenaamde zwakstroomaansluitingen: traditionele telefoonaansluitingen, televisieaansluitingen en VDI-aansluitingen (voice, data, images) waarop resp. telefoon, televisie en ICT-systemen kunnen worden aangesloten;
- schakelaars voor elektrische apparatuur (verlichting, motoren), inclusief tijdschakelaars en afstandsbedieningen;
- dimmers voor het regelen van verlichtingssterkten.

306. Binnen het segment van de contactdozen en schakelaars heeft het diepgaande onderzoek van de Commissie het bestaan aangetoond van een productcategorie die we hier als “waterdichte apparatuur” aanduiden en die bestand moet zijn tegen belastende milieus (vocht, stof, schokken).

307. Volgens de partijen vormt deze hele groep producten met uitzondering van de VDI-aansluitingen één productmarkt, want om redenen van ontwerp en uiterlijk zouden ze alleen in combinatie bruikbaar zijn. Dit zou worden onderstreept door het feit dat het aanbod ervan het karakter heeft van bijeenpassende assortimenten die uiterlijk één stijl hebben. De keuze van een gebruiker voor een gegeven product (bijvoorbeeld een contactdoos) zou daarom tevens die voor andere producten (zoals een schakelaar) bepalen, want het zou lelijk staan om in een kamer componenten toe te passen die qua uiterlijk niet bij elkaar passen.

308. Het door de Commissie uitgevoerde onderzoek heeft om de hieronder beschreven redenen het bestaan bevestigd van een markt van standaard contactdozen en schakelaars (inclusief tijdschakelaars, afstandsbedieningen en dimmers) en daarnaast markten van specifieke producten voor het aansluiten van ICT-apparatuur en van waterdichte apparatuur. De vraag of traditionele telefoon- en televisieaansluitingen als afzonderlijke productmarkten moeten worden gezien dan wel deel uitmaken van de markt van standaard contactdozen en schakelaars, mag open blijven, want hoe het antwoord uitvalt is niet van invloed op de analyse van de concurrentie.

309. De producten in deze categorie verschillen sterk wat betreft hun functie, hun technische werking en hun individuele prijs sterk uiteen. Allereerst wordt erop gewezen dat de categorie van contactdozen en schakelaars zoals voorgesteld door de partijen enerzijds producten omvat van een zeer eenvoudige technische constructie, zoals gewone stopcontacten en schakelaars, maar anderzijds producten waarin elektronische componenten zijn ingebouwd, met name de VDI-aansluitingen en dimmers voor het regelen van lichtsterkten. Deze producten hebben als gemeenschappelijk kenmerk dat ze worden aangebracht in de bewoonde delen van gebouwen en er in het zicht blijven. Om die reden zijn hun ontwerp en uiterlijk een belangrijke factor bij de keuze door de eindgebruiker.

Gewone contactdozen en schakelaars

310. Ten aanzien van de gewone elektrische stopcontacten en schakelaars, met inbegrip van afstandsbedieningen, tijdschakelaars en dimmers, kan de argumentatie van de partijen dat hier sprake is van één enkele productmarkt, worden onderschreven.

311. Het onderzoek van de Commissie bij concurrerende fabrikanten, groothandelaren en installateurs heeft namelijk bevestigd dat, zoals de partijen stellen, voor de gebruikers en

derhalve ook voor de groothandel de doorslaggevende factor bij de keuze wordt gevormd door het uiterlijk, dat ervoor zorgt dat deze producten met hun uiteenlopende functies bij elkaar horen.

312. Alle betrokken producten hebben als gemeenschappelijk kenmerk dat ze bij de gebruiker in het zicht blijven. Voor de gebruiker of opdrachtgever (architect, binnenhuisarchitect of anderszins) is naast de functionaliteit het ontwerp en de wijze waarop ze in het interieur passen daarom een essentiële factor. Fabrikanten geven derhalve één afwerking aan deze producten, in het algemeen met behulp van sierplaatjes of decoratielijsten die op alle producten worden aangebracht. Deze vraag van de eindgebruiker weerspiegelt zich in het assortiment van de groothandel, die wel verplicht is klanten complete series van aansluitingen en schakelaars in één “design” te bieden. Het is niet erg waarschijnlijk dat een hypothetische monopolist op het gebied van series bij elkaar passende producten bij een prijsverhoging van één product daaruit geconfronteerd zou worden met een daling van de vraag omdat afnemers uitwijken naar een andere producent die slecht één product aanbiedt. Er zijn overigens geen producenten die slecht één product aanbieden, of die geen assortiment van bij elkaar passende componenten voeren. Om zich op de markt te kunnen handhaven dienen fabrikanten dan ook in staat te zijn een of meer complete series in een gemeenschappelijke stijl te kunnen aanbieden.
313. De Commissie concludeert hieruit dat voor het doel van de onderhavige procedure gewone elektrische contactdozen en schakelaars samen met afstandsbedieningen, tijdschakelaars en dimmers deel uitmaken van één relevante productmarkt.

Traditionele telefoonaansluitingen

314. Traditionele telefoonaansluitingen voorzien in een specifieke behoefte: de aansluiting van telefoons en andere telecommunicatieapparatuur (fax, modem). Tegenwoordig zijn die aansluitingen alleen bestemd voor de woonsector, want in kantoorgebouwen vindt de aansluiting van telecommunicatieapparatuur hoofdzakelijk plaats door middel van VDI-aansluitingen die zowel voor het verbinden van computers als telecommunicatieapparatuur dienen en deel uitmaken van een intern communicatienetwerk. Traditionele telefoonaansluitingen moeten voldoen aan de technische voorschriften van de telecommunicatie-exploitanten. Hierdoor onderscheiden ze zich van gewone contactdozen en televisieaansluitingen. In tegenstelling tot VDI-aansluitingen bevatten ze geen elektronische componenten.
315. De partijen stellen niettemin dat traditionele telefoonaansluitingen worden gemaakt met dezelfde fabricagetechnieken (gieten van thermoplastisch materiaal, stansen, metaaldraaien, enz.), behoren tot het assortiment aansluitingen en schakelaars dat fabrikanten van het elektrotechnische “segment 5.A.1” vervaardigen en veelal tegelijkertijd worden aangebracht door de elektrische installateurs die ook de gewone elektrische installatie aanlegt. Deze voorstelling van zaken van de partijen kan echter slechts staande worden gehouden voor fabrikanten van aansluitingen en schakelaars als Schneider en Legrand, die in hun catalogus productenseries aanbieden waarin ook bijpassende telefoonaansluitingen zijn opgenomen. Naast deze fabrikanten van series aansluitingen en schakelaars zijn er echter ook gespecialiseerde makers van telefoonaansluitingen als 3 M (Pouyet, Quante), Krone en Forgos, die geen compleet gamma van aansluitingen en schakelaars bieden.

316. De vraag of traditionele telefoonaansluitingen deel uitmaken van de markt van gewone contactdozen en schakelaars dan wel opgevat moeten worden als een afzonderlijke productmarkt, hoeft hier evenwel niet te worden beantwoord. Voor de analyse van de concurrentie maakt dit namelijk geen verschil.

Televisieaansluitingen

317. Evenals traditionele telefoonaansluitingen zijn televisieaansluitingen gemaakt voor een specifieke toepassing: het aansluiten van TV-ontvangers. Ze worden alleen op de residentiële markt afgezet en moeten voldoen aan de technische voorschriften van de bedrijven die televisiezenders distribueren, wat ze onderscheidt van gewone stopcontacten, telefoon- en VDI- aansluitingen.
318. De partijen stellen dat voor het maken van televisieaansluitingen dezelfde fabricagetechnieken nodig zijn als voor contactdozen voor elektriciteit (gieten van thermoplastisch materiaal, stansen, metaaldraaien, enz.) en dat ze voorzover aangeboden door algemene fabrikanten van contactdozen en schakelaars worden geïntegreerd in de desbetreffende productlijnen. Dikwijls, zo stellen zij, worden ze tegelijkertijd met de sterkstroominstallatie aangelegd, en door dezelfde installateur. Deze bewering van de partijen wordt weersproken door het feit dat de fabrikanten van televisieaansluitingen voor het merendeel gespecialiseerde ondernemingen zijn die zich niet bezighouden met sterkstroomvoorzieningen. Voorbeelden hiervan zijn Philips, Bosch en Hirschmann.
319. De vraag of televisieaansluitingen deel uitmaken van de markt van gewone elektrische contactdozen en schakelaars dan wel moeten worden opgevat als een afzonderlijke productmarkt, hoeft hier evenwel niet te worden beantwoord. Voor de analyse van de mededingingssituatie maakt dit namelijk geen verschil.

VDI- aansluitingen

320. De partijen vinden dat VDI-aansluitingen deel uitmaken van de markt van producten voor verbindingen van communicatienetwerken. Zij verkopen echter ook VDI-aansluitingen in hun gamma van contactdozen en schakelaars, en de marktinformatie over contactdozen en schakelaars die de partijen aan de Commissie hebben verstrekt omvat ook de VDI-aansluitingen die binnen deze gamma's worden verkocht.
321. VDI-aansluitingen dienen voor het verbinden van informatie- en communicatiesystemen. Naast hun primaire functie van gegevensoverdracht (vandaar de benaming computer- of data-aansluiting) voorzien ze in een kantooromgeving, in tegenstelling tot in woonhuizen, vaak ook in alle telefoniebehoeften en worden ze gebruikt voor bepaalde digitale videotoeepassingen. Ze behoren niet tot het elektrische distributiesysteem maar tot het interne, binnen een gebouw aangelegde communicatienetwerk dat de aangesloten werkstations verbindt (een *local area network* of *LAN*). Ze worden vooral toegepast in kantoorgebouwen, waar ze voorzien in een specifieke behoefte die afwijkt van die van andere soorten aansluitingen (zoals elektrische stopcontacten, traditionele telefoon- en televisieaansluitingen, enz.). Ze zijn dus ook niet substitueerbaar aan de vraagzijde.
322. Daar komt bij dat VDI-aansluitingen werken met een technologie die afwijkt van die van contactdozen voor elektriciteit, televisieaansluitingen en traditionele telefoonaansluitingen. De belangrijkste onderdelen ervan zijn verschillende soorten

connectoren (met specifieke pennenconfiguraties) die voldoen aan de eisen van de opdrachtgevers en waarvan de standaarden zijn uitgewerkt door fabrikanten van informatica-apparatuur (RJ 11, RJ 12, RJ 45, Twinax, Thinnet, BNC, ACO, SUBD 9, SUBD 15, SUBD 25 en andere). VDI-aansluitingen worden door speciaal voor deze netwerken opgeleide specialisten of elektriciens geïnstalleerd en vergen geregeld onderhoud en aanpassing.

323. Een aanzienlijk aantal aanbieders op de markt van VDI-aansluitingen wordt gevormd door gespecialiseerde fabrikanten als Infra+, Lucent, Alcatel, Tyco en andere die zich niet bezighouden met de markt van gewone elektrische contactdozen en schakelaars en ook geen uitgebreid gamma van qua uiterlijk bij elkaar passende producten voeren. De fabricage van VDI-aansluitingen is een speciale technologie, niet uitvoerbaar met aangepaste standaardproductiemiddelen. Het bij derden gedane onderzoek van de Commissie bevestigt dat een fabrikant van gewone elektrische contactdozen zomin als een fabrikant van zwakstroomaansluitingen (voor bijvoorbeeld telefonie of televisie) zich zonder aanzienlijke gerichte investeringen in tijd en geld op de productie van VDI-aansluitingen kan gaan richten. VDI-aansluitingen zijn derhalve aan vraag- noch aanbodzijde substitueerbaar met elektrische componenten, traditionele telefoonaansluitingen of televisieaansluitingen.
324. De Commissie concludeert op grond hiervan dat VDI-aansluitingen geen deel uitmaken van de markt van gewone contactdozen en schakelaars.

Waterdichte apparatuur

325. De categorie waterdichte apparatuur omvat contactdozen en schakelaars die door hun constructie of plaatsingswijze goed bestand zijn tegen een belastende omgeving (in de eerste plaats vocht, maar ook stof en schokken), bijvoorbeeld in badkamers, garages, kelders, buiten, in industrievestigingen, op werkplaatsen, enz.
326. De partijen stellen dat waterdichte apparatuur deel uitmaakt van de markt van contactdozen en schakelaars. Waterdichte en gewone contactdozen en schakelaars zijn, zo menen zij, functioneel volledig aan elkaar gelijk: ze dienen voor het verzorgen van de elektriciteitsvoorziening. Bovendien zouden de twee soorten producten afgezien van het aspect waterdichtheid volkomen identieke kenmerken hebben en hetzelfde zou gelden voor de techniek en de wijze van productie. Tenslotte vindt de installatie samen met die van gewone apparatuur plaats, door dezelfde elektriciens en in dezelfde bouwwerken.
327. In de eerste plaats moet echter worden opgemerkt dat waterdichte apparatuur in een speciale behoefte voorziet en dus aan de vraagzijde niet substitueerbaar is met gewone contactdozen en schakelaars.
328. Bovendien is er ook geen sprake van substitueerbaarheid aan de aanbodzijde van waterdichte en gewone contactdozen en schakelaars. De partijen hebben bijvoorbeeld aangegeven dat de ontwikkeling van een waterdichte behuizing alleen al ongeveer [0-50]*% van de kosten en [0-50]* % van de tijd vergt die nodig is voor een complete reeks contactdozen en schakelaars als zij daarbij helemaal vanaf niets moeten beginnen. Legrand zou [10-60]* miljoen EUR en bijna [1-4]* jaar hebben besteed (voorbereidende studies meegerekend) aan de serie PLEXO op basis van bestaande uitvoeringen,

tegenover minstens [20-70]* miljoen EUR en [3-5]* jaar voor een compleet nieuwe reeks.¹⁰¹ Volgens Infra+, een onderneming die gespecialiseerd is in het maken van componenten voor informaticanetwerken, vergt de ontwikkeling van één waterdichte contactdoos bijna een verdubbeling van de investering in productiemiddelen en moet daarvoor worden op een ontwikkelingstijd van een jaar worden gerekend.¹⁰² Het door de Commissie bij derden gedane onderzoek heeft eveneens bevestigd dat een fabrikant van gewone contactdozen en schakelaars niet zonder aanzienlijke extra investeringen in tijd en geld aan de fabricage van waterdichte apparatuur kan beginnen.

329. In hun antwoord op de mededeling van punten van bezwaar hebben de partijen deze analyse van de Commissie bestreden en naar voren gebracht dat waterdichte apparatuur een aanvulling vormt op gewone contactdozen en schakelaars en elke reeks contactdozen en schakelaars een bijbehorend aantal waterdichte uitvoeringen omvat met bijpassend uiterlijk, dezelfde afmetingen en dezelfde kenmerken.
330. Als algemene regel geldt evenwel dat producten die niet substitueerbaar maar complementair zijn, niet tot eenzelfde productmarkt behoren.¹⁰³ Waterdichte en gewone contactdozen en schakelaars voorzien in uiteenlopende behoeften en een gegeven installatie kan naar believen alleen gewone schakelaars en contactdozen tellen (bijvoorbeeld in een etagewoning) of zowel gewone als waterdichte apparatuur (bijvoorbeeld in een woning met waterdichte contactdozen in de kelder of buiten) of zelfs alleen met waterdichte apparatuur werken (bijvoorbeeld in een industrievestiging).
331. De partijen stellen verder dat alle bekende fabrikanten van contactdozen en schakelaars ook waterdichte apparatuur op de markt brengen. Dit klopt inderdaad voor de door de partijen vermelde concurrenten, maar het geldt bijvoorbeeld niet voor Sarel, een dochterbedrijf van Schneider, dat naast andere producten (aardlekschakelaars en installatie- en bevestigingsmateriaal) een gamma waterdichte apparatuur levert en zich in de eigen catalogus zelfs “de specialist in waterdichte apparatuur”¹⁰⁴ noemt. Er wordt dus gericht voorzien in een duidelijke vraag.
332. Hier komt bij dat in Spanje de marktposities van de voornaamste concurrenten op het gebied van gewone contactdozen en schakelaars sterk afwijken van die op het gebied van waterdichte apparatuur. Legrand is er op het terrein van gewone contactdozen en schakelaars slechts nummer twee, met [10-20]* % marktaandeel (na Simon met [40-50]*%) maar is marktleider in waterdichte apparatuur met een marktaandeel van minstens [40-50]*%.
333. De partijen bestrijden voorts de opvatting van de Commissie dat waterdichte en gewone apparatuur niet substitueerbaar zijn aan de aanbodzijde, waarbij zij naar voren brengen dat de fabricage en het in de handel brengen van een eenvoudige waterdichte behuizing om een contactdoos of schakelaar technologisch niet bijzonder moeilijk is en dat de

¹⁰¹ Antwoord van 10 juli 2001, vraag 15.

¹⁰² Antwoord van 18 juni 2001.

¹⁰³ In de beschikking van de Commissie van 28 september 1992, IV/M.256 – Linde / Fiat, die door de partijen wordt genoemd ter staving van hun stelling, heeft de Commissie zich gebaseerd op overwegingen van complementariteit aan de vraagzijde en substitueerbaarheid aan de aanbodzijde, maar heeft zij geen definitieve uitspraak gedaan over de exacte bepaling van de productmarkt.

¹⁰⁴ Catalogus Sarel 2001, blz. 6.

periode van een jaar die een fabrikant van gewone contactdozen en schakelaars volgens Infra+ nodig heeft voor het ontwikkelen van waterdichte versies, een stuk korter zou zijn dan voor een gewone productlijn (2 tot 4 jaar).

334. De bewering dat de ontwikkeling en het op de markt brengen van een volkomen nieuwe serie contactdozen en schakelaars meer tijd vergt dan die van een waterdichte reeks op basis van een bestaande serie gewone modellen, ontkracht niet de conclusie dat er geen sprake is van substitueerbaarheid aan de aanbodzijde. De fabrikant van een gelijksoortig product kan namelijk slechts een disciplinerende uitwerking hebben op het concurrentiegedrag van een concurrent als hij kan overschakelen op de productie van het relevante product en dit op korte termijn op de markt kan brengen zonder aanzienlijke bijkomende kosten te maken of risico's te lopen in antwoord op geringe en duurzame wijzigingen van de betrokken prijzen.¹⁰⁵
335. Het feit dat aan de aanbodzijde geen substitueerbaarheid bestaat tussen gewone en waterdichte apparatuur wordt overigens geïllustreerd door het gegeven dat Eunea Merlin Gerin, een Spaanse dochteronderneming van Schneider, productgamma's van zowel gewoon als waterdicht type op de markt brengt maar zelf alleen de gewone contactdozen en schakelaars maakt en de waterdichte apparatuur van Sarel in Frankrijk betreft.
336. Tenslotte citeren de partijen verscheidene door de Commissie in het kader van het onderzoek geraadpleegde derden die de opvatting dat waterdichte apparatuur deel uitmaakt van dezelfde markt als die van gewone contactdozen en schakelaars zouden onderschrijven. De in het antwoord van de partijen geciteerde derden ontkrachten echter de door de Commissie bij het onderzoek ontdekte feiten niet, terwijl andere derden, zoals Siemens¹⁰⁶, duidelijk hebben gesteld dat deze twee soorten producten aan de aanbodzijde niet substitueerbaar zijn.
337. De Commissie concludeert op grond hiervan dat waterdichte apparatuur een afzonderlijke relevante productmarkt vormt.

Regelsystemen

338. Regelsystemen zijn systemen die een specifieke voorziening in een bepaald deel van een gebouw (bijvoorbeeld een kamer, een kantoorruimte, een etage of het hele gebouw) besturen. De drie voornaamste toepassingen zijn hier verwarming, verlichting en airconditioning.
339. Uit het diepgaande onderzoek van de Commissie is gebleken dat zelfs als elk van de verschillende productcategorieën als een afzonderlijke productmarkt zou moeten worden opgevat, de voorgestelde transactie geen problemen met zich zou brengen voor de concurrentie. De conclusie is daarom dat de exacte afbakening van de productmarkt of –markten voor deze categorie achterwege kan blijven.

¹⁰⁵ Bekendmaking van de Commissie inzake de bepaling van de relevante markt voor het gemeenschappelijke mededingingsrecht, punt 20.

¹⁰⁶ Antwoord van 22 juni 2001.

Beveiligings- en bewakingssystemen

Inleiding

340. Beveiligings- en bewakingssystemen hebben ten doel mensen en goederen te beschermen door in noodgevallen alarmsignalen te geven of bij stroomuitval een noodverlichting in te schakelen. De voornaamste toepassingen van deze systemen zijn:
- ter bescherming van personen: brandalarmsystemen en noodverlichtingssystemen (zowel die met eigen stroomvoorziening als die met een aansluiting op een centrale noodvoeding);
 - ter bescherming van goederen: systemen voor het ontdekken van inbraak en systemen voor toegangscontrole.
341. Volgens de partijen dienen alle beveiligingssystemen te worden beschouwd als behorend tot één productmarkt, omdat ze alle een beveiligingsfunctie hebben. De verschillende componenten van beveiligingssystemen zouden bepaalde functies vervullen die alle bijdragen aan een van de twee basisfuncties (bescherming van personen of bescherming van goederen), wat ze complementair zou maken. Bovendien wordt, zo stellen zij, de samenhang op de markt ruimschoots gewaarborgd door de regelgeving die het gecombineerde gebruik van de verschillende beveiligingssystemen verplicht stelt. Deze productmarkt zou niet de producten omvatten die een fysieke bescherming bieden (zoals tegen inbraak beveiligde of brandwerende deuren), evenmin als systemen voor de bestrijding van gevaarlijke situaties (zoals automatische sprinklerinstallaties). In de loop van het onderzoek hebben de partijen evenwel toegegeven dat onderscheid gemaakt dient te worden tussen een markt van systemen ter bescherming van goederen en een markt van systemen ter bescherming van personen.
342. Om de hieronder vermelde redenen heeft het diepgaande onderzoek dat de Commissie in het kader van de tweedefaseprocedure heeft ingesteld, aangetoond dat er een aparte markt bestaat van producten op het gebied van systemen voor noodverlichting.
343. Met betrekking tot de andere soorten beveiligingssystemen, naast die voor noodverlichting, kan de exacte afbakening van productmarkten achterwege blijven, omdat de aangemelde transactie ongeacht de gekozen marktindeling geen problemen oplevert voor de concurrentie.

Noodverlichting, branddetectie en andere beveiligingssystemen

344. Systemen voor noodverlichting dienen bij stroomuitval een zodanige verlichting te leveren dat het betrokken gebouw zonodig kan worden ontruimd. Bij de noodverlichtingssystemen moet onderscheid worden gemaakt tussen twee alternatieve oplossingen die met verschillende technieken werken:
- onafhankelijke verlichtingssystemen met eigen stroomvoorziening in de vorm van ingebouwde accu's;
 - verlichtingssystemen zonder accu maar een aansluiting op een centrale bron die voor de vereiste energievoorziening zorgt.

345. De systemen voor het beschermen van personen (met inbegrip van de systemen voor noodverlichting en die voor branddetectie) zijn aan de vraagzijde niet substitueerbaar met die voor het beschermen van goederen, want het gaat daarbij immers om fundamenteel andere behoeften. De systemen ter bescherming van goederen worden bijvoorbeeld op de meest uiteenlopende gebieden toegepast, van woningen tot grote kantoorgebouwen, en normaliter zonder dat de toepassing ervan verplicht is, uitgezonderd gebouwen met verhoogd risico (zoals banken of musea). Branddetectie en noodverlichting worden, volgens de door de partijen verstrekte informatie, vooral toegepast in gebouwen waar veel publiek komt en zijn daar in de regel verplicht. Hieruit volgt dat van de vraagzijde gezien de systemen ter bescherming van personen en de systemen ter bescherming van goederen niet in één productmarkt samengevoegd mogen worden. Dit standpunt wordt overigens door de partijen gedeeld.
346. De partijen houden in hun antwoord op de mededeling van punten van bezwaar evenwel vol dat systemen voor noodverlichting en systemen voor branddetectie van dezelfde markt deel uitmaken: die van systemen ter bescherming van personen.
347. Bij dit punt is allereerst op te merken dat systemen voor noodverlichting een andere functie vervullen dan die voor branddetectie, ook al is er, zoals de partijen stellen, sprake van “synergie” in die zin dat het inschakelen van de noodverlichting automatisch plaatsvindt als het systeem voor branddetectie in een gevaarlijke situatie het algemene signaal tot ontruiming geeft. Ze zijn dus niet substitueerbaar aan de vraagzijde.
348. In hun antwoord brengen de partijen evenwel naar voren dat de gemeenschappelijke functie van noodverlichting en branddetectie “de bescherming en beveiliging van personen” is en dat deze twee soorten systemen bovendien complementair zouden zijn. Het feit dat de twee betrokken systemen beide gericht zijn op een gemeenschappelijk einddoel als “de beveiliging van personen”, een functionaliteit die de twee systemen overigens delen met een veelheid van andere producten en systemen, is echter niet voldoende om deze twee soorten systemen tot dezelfde productmarkt te rekenen. Dezelfde conclusie geldt met betrekking tot het argument dat ze elkaar aanvullen, zoals hierboven al is toegelicht met betrekking tot waterdichte apparatuur.
349. Bovendien is hierbij op te merken dat weinig fabrikanten marktposities van betekenis innemen op zowel het gebied van noodverlichtingssystemen als dat van andere beveiligingssystemen als die voor branddetectie. Ofschoon, zoals de partijen in hun antwoord aangeven, een aantal aanbieders in beide segmenten actief is, zijn hun marktposities er dikwijls heel verschillend. Volgens schattingen van een derde behoort van de vijf grootste fabrikanten van systemen voor brand- en inbraakdetectie in Frankrijk alleen Legrand tot de vijf belangrijkste fabrikanten van noodverlichtingssystemen. Bovendien is Siemens/Cerberus, de voornaamste concurrent op het terrein van branddetectie in Frankrijk zowel als in Europa, helemaal niet actief op het terrein van noodverlichtingen.
350. In hun memorie van antwoord voeren de partijen aan dat Schneider zijn verkopen van systemen voor branddetectie heeft weten op te voeren na uitbreiding van het aanbod met systemen voor noodverlichting, terwijl het omgekeerde bij Cooper France tot teruggang bleek te leiden. Het eerder gegeven voorbeeld van Siemens/Cerberus toont evenwel aan dat de mogelijkheid om zowel systemen voor branddetectie als voor noodverlichting te kunnen aanbieden, ook al geeft dat wellicht een concurrentievoordeel, niet zodanig wezenlijk is dat deze twee soorten systemen tot één markt moeten worden gerekend.

351. Wat de substitueerbaarheid aan de aanbodzijde betreft, dient te worden opgemerkt dat de verschillende componenten van branddetectiesystemen (rookmelders, ruitjes, centrale, alarmering door middel van geluidsignalen en melding, het sluiten van branddeuren), van inbraakdetectie (bewegingsmelders, glasbreuk- en schokmelders, deur- en raamsensoren, centrales, sirenes en telefonische melding) en toegangscontrole (deuropeners met geluid en beeld, camera's, beeldschermen en toetsenborden voor toegangscode) op geen enkele wijze substitueerbaar zijn met onderdelen van noodverlichtingen met eigen stroombron of met aansluiting op een centrale noodvoeding.
352. Ten aanzien van dit punt houden de partijen in hun memorie van antwoord alleen vol dat alle beveiligingssystemen gebaseerd zijn op een aantal basisbeginselen, zoals detectie en alarmering, en dat de technieken voor het maken van noodverlichtingssystemen en voor branddetectiesystemen onderling veel overeenkomsten vertonen. Deze bewering van algemene aard, die verder niet door de partijen is onderbouwd, is evenwel niet voldoende om te besluiten dat de betrokken systemen aan de aanbodzijde substitueerbaar zijn.
353. Het diepgaande onderzoek dat de Commissie bij derden heeft verricht, heeft aangetoond dat een fabrikant van branddetectiesystemen niet zonder aanzienlijke extra investeringen in tijd en geld materialen voor noodverlichting kan gaan produceren. Eén concurrent heeft bijvoorbeeld aangegeven dat de technieken die voor branddetectiesystemen worden toegepast zeer sterk verschillen van die voor noodverlichtingssystemen. Omschakeling van het ene op het andere soort producten vergt van de fabrikant grote investeringen en een aanloopperiode van ongeveer achttien maanden voordat hij eventueel de eerste producten op de markt kan brengen.¹⁰⁷
354. Deze bevinding van de Commissie is door de partijen in hun memorie van antwoord niet bestreden. Zij voeren slechts aan dat een periode van achttien maanden voor de ontwikkeling van een nieuw product als normaal moet worden beschouwd. Dit biedt echter aan de aanbodzijde geen een onmiddellijke en doeltreffende mogelijkheid tot substitutie waarvan de gevolgen vergelijkbaar zouden zijn met die van substitutie aan de vraagzijde.¹⁰⁸
355. Noodverlichting mag dus niet worden beschouwd als behorend tot dezelfde relevante productmarkt als branddetectiesystemen. De Commissie concludeert daarom dat systemen voor noodverlichting beschouwd moeten worden als een afzonderlijke productmarkt.

Verbindingscomponenten voor communicatienetten

356. De categorie van verbindingselementen voor communicatienetwerken omvat in het voorstel van de partijen de passieve componenten in computernetwerken op het niveau van een gebouw of een verdieping. Het betreft hier voornamelijk verschillende soorten digitale connectoren (waaronder VDI-aansluitingen), verbindingskabels en patchkasten en de onderdelen daarvan.

¹⁰⁷ Cooper Menvier S.A., antwoord op vragenlijst concurrent fase II (segment 5) van 29 juni 2001.

¹⁰⁸ Bekendmaking van de Commissie inzake de bepaling van de relevante markt voor het gemeenschappelijke mededingingsrecht, punt 20.

357. Uit het diepgaande onderzoek van de Commissie komt naar voren dat zelfs als elk van de verschillende categorieën producten als een afzonderlijke productmarkt zouden moeten worden beschouwd, de voorgestelde transactie geen problemen voor de concurrentie zou opleveren. Hieruit volgt dat de exacte afbakening van de relevante productmarkt(en) bij deze categorie achterwege kan blijven.

B.3.2 Afbakening van de geografische markten

Gewone contactdozen en schakelaars

Inleiding

358. Volgens de partijen is er met betrekking tot de verkoop van contactdozen en schakelaars sprake van een nationale geografische markt. De partijen hebben niettemin in hun aanmelding gesteld dat zich op deze markt verscheidene ontwikkelingen voordoen die naar een internationalisering tenderen.

359. Het nationale karakter van de markten is te verklaren uit de aanzienlijke drempels die de toegang tot de verschillende nationale markten belemmeren. Deze drempels worden voornamelijk veroorzaakt door de geldende normen en de (met name “esthetische”) voorkeuren van de eindafnemers en opdrachtgevers. Al deze factoren weerspiegelen zich in de marktwerking zoals we die nu waarnemen en zoals die tot uitdrukking komt in de aanwezigheid van de verschillende marktpartijen (fabrikanten, distributeurs, enz.), hun merken, de producten die zij verkopen en de prijzen daarvan.

Het normenkader

360. Het normenkader voor contactdozen en schakelaars wordt gekenmerkt door een minder vergevorderde harmonisatie dan dat voor andere componenten van elektriciteitsnetten als zoals verdelers.

361. Voor contactdozen en stekkers bestaan er, naast normen voor de constructie (zoals de internationale norm ICE 60884-1 en de Europese versie daarvan HD 60884-1) met eisen aangaande de prestaties en veiligheid die zijn overgenomen in de tekst van nationale normen, speciale nationale normen over de configuratie van de pennen en bussen. Het gaat hierbij onder meer over de onderlinge afstand van de stekkerpennen die de stroomgeleiding verzorgen. Deze normen verschillen van land tot land. Het ziet er niet naar uit dat hierover op korte of middellange termijn een Europese of internationale harmonisatie tot stand zal komen.

362. Er bestaan binnen de EER drie hoofdsystemen voor de pennenconfiguratie van gewone stekkers. In Frankrijk, België en enkele Spaanse grensgebieden gebruikt men de “Frans-Belgische” configuratie, in Duitsland, de Noordse landen, Oostenrijk, Spanje, Portugal, Nederland en Griekenland de met “Schuko” aangeduide configuratie en in het Verenigd Koninkrijk en Ierland de zogenoemde “British Standard”. Denemarken en Italië werken

met eigen standaarden, met dien verstande dat in Italië naast de Italiaanse standaard tevens Schuko-contactdozen worden toegepast voor veiligheidsaansluitingen.¹⁰⁹

363. In tabel 16 hieronder zijn de normen voor pennenconfiguraties die in de EER-lidstaten gelden en hun gangbare benamingen op een rij gezet:

Tabel 16

Land	Gangbare benaming	Nationale norm
België	Frans-Belgisch	NBN 61112
Duitsland	Schuko	VDE 0624
Denemarken	Deens	DK 107-2-D1
Spanje	Schuko	UNE 20-315-94
Frankrijk	Frans-Belgisch	NF C 61-303/320
Finland	Schuko	
Griekenland	Schuko	ELOS 294
Italië	Italiaans	CEI 23-16
Ierland	Brits	IS 180
Luxemburg	Schuko	
Nederland	Schuko	NEN 1020
Portugal	Schuko	NP 1260
Ver. Koninkrijk	Brits	BS 1363
Noorwegen	Schuko	NEMKO 31/68
Zweden	Schuko	SEMKO 107

Bron: Partijen.

364. De verschillen in de in de diverse EER-landen geldende normen voor pennenconfiguraties heeft tot gevolg dat stekkers en contactdozen van het ene systeem niet bruikbaar zijn in een land dat een ander systeem hanteert.

365. De veronderstelling dat het bestaan van uiteenlopende normen voor pennenconfiguraties binnen één lidstaat tot een verdere segmentering van de nationale markt zou leiden, is daarentegen niet bevestigd. In twee EER-lidstaten, Spanje en Italië, bestaan momenteel twee normen naast elkaar, maar in elk van beide landen is er één hiervan die sterk overheerst (in Italië de norm ICE 23-16 met 92 %; in Spanje de Schuko-norm met 95 %). De tweede norm is beperkt tot heel speciale toepassingen (in Italië worden Schuko-stekkers in het hele land alleen voor veiligheidsaansluitingen gebruikt) dan wel grensstreken (de Frans-Belgische norm in Spanje).

366. Evenals voor de andere componenten van laagspanningsnetten houdt het op de markt brengen van contactdozen, stekkers en schakelaars in de praktijk in dat er een conformiteitsverklaring voor moet worden verkregen in de vorm van een nationaal keurmerk, dat op verzoek van de fabrikant wordt verstrekt door de erkende nationale certificatie-instelling. Volgens de partijen kost het verkrijgen van een eerste keurmerk in een land [2-7]* maanden en kost het ongeveer [1 000 - 5 000]* EUR per product. Wanneer de betrokken certificatie-instellingen een overeenkomst hebben gesloten over

¹⁰⁹ Deze hebben een pennenconfiguratie die afwijkt van de standaard, waarbij een aansluitingspunt wordt afgezonderd. Ze zijn bedoeld om aansluiting te voorkomen van bepaalde apparaten die ruis zouden kunnen veroorzaken in het betrokken circuit.

wederzijdse erkenning van keurmerken, kunnen fabrikanten de keurmerken van andere landen via een administratieve procedure verkrijgen zonder dat verdere tests nodig zijn. Voor contactdozen, stekkers en dergelijke bestaan dergelijke overeenkomsten over wederzijdse erkenning echter alleen binnen de gebieden met dezelfde pennenconfiguraties (bijvoorbeeld het “Schuko-gebied”).¹¹⁰

Afwerking

367. Het onderzoek heeft verder bevestigd dat de afwerking (materiaal en uitvoering van plaatjes en lijsten) en het design van contactdozen en schakelaars per lidstaat verschilt. Omdat contactdozen en schakelaars de voornaamste in het zicht blijvende componenten van het elektriciteitsnet zijn, zijn nationale smaken en voorkeuren doorslaggevende factoren bij de keuze van de (eind)gebruiker. In Denemarken bijvoorbeeld is de speciale door LK (de Deense dochteronderneming van Schneider/Lexel) ontwikkelde vormgeving tot een vrijwel nationale standaard uitgegroeid omdat men vindt dat deze goed aansluiten bij de nationale smaak.

Contactdozen voor telefoon en televisie

368. Wat de *traditionele telefoonaansluitingen* betreft is reeds opgemerkt dat deze gekenmerkt worden door het feit dat ze voldoen aan de in het verleden vastgelegde technische specificaties van nationale telecomexploitanten. Als gevolg hiervan zijn ze op het punt van pennenconfiguratie per lidstaat verschillend. Bovendien worden ze opgenomen in productgamma's waarvan design en uiterlijk (vorm, kleur) worden afgestemd op de nationale smaak.

369. Ook *televisieaansluitingen* worden opgenomen in productgamma's waarvan het uiterlijk op de nationale smaak wordt afgestemd. Hoewel de pennenconfiguratie van televisieaansluitingen op Europees niveau is voorgeschreven in de normen EN 50083-1, EN 50083-4 en EN 50083-7, zijn er uiteenlopende nationale standaarden voor de contactdozen.¹¹¹

Aanwezige marktpartijen en merken

370. De verschillen ten aanzien van de pennenconfiguraties en voorkeuren aangaande uitvoering en vormgeving hebben geleid tot significante verschillen in de marktposities van de diverse aanbieders en de prijzen van hun producten in de diverse lidstaten.

371. Allereerst loopt de aanwezigheid van de verschillende fabrikanten op de markten van de EER-lidstaten sterk uiteen. Zo bezit Legrand grote marktaandelen in Frankrijk, Italië, Griekenland en Portugal en in mindere mate in Oostenrijk, België, Spanje, Ierland en het Verenigd Koninkrijk. De onderneming is daarentegen afwezig is of bijna afwezig in Duitsland, Nederland en de Noordse landen.

¹¹⁰ Antwoord van de partijen van 21 juni 2001, vraag 149.

¹¹¹ De partijen hebben de volgende normen genoemd (antwoord van 10 juli 2001, vraag 10): TAE in Duitsland, TDO in Oostenrijk, RTT in België, RITA in Portugal, RJ 12 in Spanje, RJ 11 in Griekenland en Italië en BS in het Verenigd Koninkrijk.

372. Schneider heeft via zijn dochteronderneming Lexel een zeer sterke positie in de Noordse landen maar bezit geringere marktaandelen in de meeste andere lidstaten, met name Oostenrijk, België, Duitsland, Spanje, Frankrijk en Griekenland, en ontbreekt geheel op de Ierse en Nederlandse markt.
373. Van de voornaamste concurrenten van de partijen is alleen ABB vrij goed gepositioneerd in de meeste lidstaten (maar niet in België, Denemarken, Frankrijk, Griekenland, Portugal en het Verenigd Koninkrijk). Siemens is aanwezig in drie lidstaten (Oostenrijk, Duitsland en Griekenland). Hager neemt alleen in het Verenigd Koninkrijk een positie van betekenis in. Alle overige aanbieders op de verschillende markten zijn lokale fabrikanten die in hun eigen land echter aanzienlijke marktaandelen in handen kunnen hebben (zoals Niko in België en Simon in Spanje).
374. Het feit dat een fabrikant op verscheidene nationale markten aanwezig is, betekent overigens nog niet dat er homogene concurrentievoorwaarden zijn. In de praktijk voert een fabrikant dikwijls verschillende merken, die bijvoorbeeld afkomstig zijn van een lokaal bedrijf dat op een zeker moment door een internationale fabrikant is overgenomen. Zo is bijvoorbeeld Schneider op de markt van contactdozen en schakelaars voornamelijk aanwezig via het in 1999 verworven dochterbedrijf Lexel, dat op zijn beurt werkt met lokale dochterondernemingen als onder meer Alombard (in Frankrijk), Eljo (in Zweden) en Strömfors (in Finland). Legrand werkt in Frankrijk, België en Italië met het merk Legrand. De producten van BTicino, een Italiaans dochterbedrijf van Legrand, worden in Italië en in mindere mate ook in Frankrijk en andere landen onder deze merknaam op de markt gebracht. ABB gebruikt naast de merknaam ABB lokale merken in Duitsland (BJE), Spanje (Niessen) en Italië (Vimar).
375. Met betrekking tot de fabrikanten van *televisieaansluitingen* die geen laagspanningscomponenten op de markt brengen, blijkt uit de door de partijen verstrekte informatie dat hun marktposities van land tot land aanzienlijk uiteenlopen, ook al zijn er naast lokale fabrikanten ook bedrijven die op verscheidene of zelfs de meeste nationale markten actief zijn (zoals Philips, Kathrein, Hirschmann, Triax).
376. Een nog verdergaande versplintering is te constateren op het gebied van de distributiekkanalen. Zoals reeds in het voorgaande is uiteengezet, is de groothandel op nationale of vaak zelfs regionale of lokale schaal georganiseerd, en wordt het overgrote deel van de contactdozen en schakelaars via de groothandel afgezet.

Referentienummers en prijzen van producten

377. Aangaande de producten die in de praktijk worden afgezet blijkt uit de door de partijen verstrekte informatie dat in elke productcategorie de door Schneider en Legrand in de verschillende lidstaten meest verkochte referentienummers van land tot land sterk uiteenlopen. Van de nummers die in een gegeven lidstaat het meest worden verkocht, wordt een aanzienlijk aantal niet in alle of zelfs niet in de meeste andere lidstaten aangeboden. Zo heeft Schneider geen enkel referentienummer opgegeven dat in meer dan één lidstaat behoort tot de vijf meest verkochte nummers. Schneider noemt als verklaring hiervoor de invloed van “lokale gewoonten”.¹¹² Legrand heeft in totaal 151 referentienummers voor contactdozen, schakelaars en dimmers (inclusief

¹¹² Zie de tabel die is verstrekt als bijlage bij het antwoord op vraag 139 van 21 juni 2001.

waterdichte apparatuur) die in ten minste één lidstaat tot de vijf meest verkochte referentienummers behoren; daarvan komen er slechts twee in drie landen voor bij de vijf meest verkochte en maar acht in twee landen.¹¹³ Opmerkelijk is hierbij dat van deze nummers geen enkele wordt verkocht in Frankrijk – de markt waar de marktpositie van Legrand het sterkst is.

378. De prijzen van de betrokken producten lopen van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk uiteen, zoals te zien is in tabel 17 hieronder, die de gemiddelden geeft van de prijzen die de partijen voor uiteenlopende referentienummers hebben opgegeven.

Tabel 17

Spanje	100
Portugal	***
Frankrijk	
Italië	****
Verenigd Koninkrijk	****

Basis : Spanje = 100. Verkoopprijzen voor het jaar 2000.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , enz.]*

379. Bij de voorgaande tabel is geen rekening gehouden met het feit dat de meeste referentienummers van producten die daadwerkelijke worden verkocht in de verschillende EER-lidstaten, niet identiek zijn. Uit een vergelijking van de prijzen voor de referentienummers die in meer dan één lidstaat worden verkocht, komen echter significante prijsverschillen naar voren. Zo zijn de volgende verschillen geconstateerd tussen de gemiddelde nettoprijzen van de contactdozen en schakelaars van Legrand die in meer dan één lidstaat tot de vijf meest verkochte behoren:¹¹⁴

¹¹³ Zie document „Annexe LPR“, verstrekt als antwoord op vraag 139 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹¹⁴ Bron: document „Annexe LPR“ (Zie voetnoot blz. 102)

Tabel 18

Referentie- nummer	Land met de hoogste prijs	Land met de laagste prijs	Prijsverschil (%)
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*
[...]*	[...]*	[...]*	*

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , enz.]*

Conclusie

380. Voor de verkoop van contactdozen en schakelaars zijn de relevante geografische markten de nationale markten.

Waterdichte apparatuur

381. Uitgaande van de opvatting van de partijen, die stellen dat waterdichte apparatuur deel uitmaakt van de markt van gewone contactdozen en schakelaars, zou de geografische markt ervoor een nationaal karakter hebben. De geografische dimensie van de markt van waterdichte apparatuur moet inderdaad als nationaal worden beschouwd, in hoofdzaak om dezelfde redenen als die welke voor de markt van gewone contactdozen en schakelaars gelden.

382. Bovendien moet er met name op worden gewezen dat de gebruikelijke installatiewijzen in de verschillende lidstaten uiteenlopen. Zo is in de ene lidstaat inbouw en in de andere opbouw verplicht en gelden ten aanzien van de IP-klasse (die de mate van waterdichtheid aangeeft) per lidstaat verschillende eisen voor dezelfde toepassing. Bij een ruimte waarvoor in Frankrijk bijvoorbeeld IP 55 gebruikelijk is, is de gangbare norm in het “Schuko-gebied” IP 44 en in het “British Standard-gebied” IP 56 (het hoogste IP-nummer geeft de hoogste graad van waterdichtheid aan). Deze uiteenlopende gebruiken hebben tot gevolg dat de producten die voor een markt worden gemaakt waar een lagere IP volstaat, niet verkocht kunnen worden in een land waar de IP hoger moet zijn, terwijl de producten met een hogere IP te duur kunnen zijn om op grotere schaal te worden verkocht in een land waar de IP-eisen lager zijn.

383. Het resultaat is dat de producten die in de verschillende lidstaten worden verkocht afhankelijk van de verschillende stekkerconfiguraties sterk variëren. Van de vijf referentienummers die Legrand in Duitsland (een land in het “Schuko-gebied”) het meest verkoopt, behoren er vier tot de vijf ook in Oostenrijk (eveneens in het “Schuko-gebied”)

tot de meest verkochte, maar geen ervan staat op de lijsten van vijf in Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk, want dat zijn landen waar een duidelijk hogere IP-klasse wordt verlangd.

384. In die gevallen dat dezelfde referentienummers in verscheidene landen worden verkocht, blijken de prijzen van de producten deels aanzienlijk uiteen te lopen. In de volgende tabel zijn bijvoorbeeld de vijf meest verkochte referentienummers van Legrand in Frankrijk vergeleken met die in de andere lidstaten waar deze nummers tot de vijf meest verkochte behoren.

Tabel 19

Referentienummer (prijzen in EUR)	B	E	F	I	IRL	L	P
[...]* Gem. verkoopprijs			*	*		*	
[...]* Gem. verkoopprijs		*	*		*		*
[...]* Gem. verkoopprijs		*	*				*
[...]* Gem. verkoopprijs	*		*			*	
[...]* Gem. verkoopprijs			*				

Bron: Partijen

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , enz.]*

Systemen voor noodverlichting

385. Volgens de partijen heeft de markt van systemen voor bewaking en beveiliging een Europees of zelfs nog omvangrijker karakter. Zij stellen dat de vraag waarin deze systemen voorzien in Europa en alle ontwikkelde landen gelijk is. De bedrijven die zich op beveiliging richten, zouden in Europa grensoverschrijdend werken in landen met min of meer overeenkomende en naar elkaar toe groeiende regelgevingen.
386. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat systemen voor noodverlichting worden geïnstalleerd in ruimtes die bestemd zijn voor het publiek. Ze zijn daarom onderworpen aan de nationale regelgevingen ten aanzien van openbare gebouwen, die op zijn minst in sommige landen afwijken van de toepasselijke geharmoniseerde normen.
387. De voor noodverlichting in alle EER-lidstaten geldende Europese norm is EN 60598-2-22, de Europese versie van de internationale norm IEC 60598-2-22. Frankrijk evenwel is een nationale afwijking toegestaan, zoals ook in de Europese norm is vermeld. Deze afwijking, die voortvloeit uit het arrest van 2 oktober 1978 aangaande openbare gebouwen, betreft toelaatbare temperatuurgrenzen, de plaats ten opzichte van andere elektrische materialen en de onafhankelijkheid van de voedingscircuits.¹¹⁵

¹¹⁵ Antwoord van de partijen van 21 juni 2001, vraag 187.

388. Net als de andere componenten van laagspanningsnetten bestaan er door nationale certificatie-instellingen toegekende kwaliteitskeurmerken. In tegenstelling tot de situatie bij de andere producten in deze sector is hier het verwerven van zo'n keurmerk in sommige landen, waaronder Frankrijk, verplicht gesteld. In Frankrijk bedragen de kosten voor het verkrijgen van het keurmerk circa [1 000 – 8 000]* EUR en vergt dit [1–12]* maanden, tenzij het product al is gecertificeerd door het bevoegde instituut in een ander land dat deelneemt aan de “CENELEC Certification Agreement”.¹¹⁶ In België verstrekt de directie Gebouwen van het Ministerie van Binnenlandse Zaken voor overheidsgebouwen een vergunning wanneer wordt voldaan aan speciale voorschriften. De partijen hebben aangegeven dat de kosten voor het verkrijgen van zo'n vergunning [1 000 – 5 000]* EUR bedragen en de controle [1–12]* maanden vergt.¹¹⁷
389. Verder geven de partijen toe dat voorkeuren en werkwijzen bij de installatie van systemen voor noodverlichting van lidstaat tot lidstaat uiteenlopen. Het betreft dan bijvoorbeeld de voedingsspanning en de tijd gedurende welke de noodverlichting op de autonome voeding moet kunnen blijven functioneren. Dit heeft tot gevolg dat de specificaties van installaties variëren.
390. Welke fabrikanten op de verschillende nationale markten van noodverlichting actief zijn, loopt per land aanzienlijk uiteen. Legrand, met zijn dochterbedrijven URA/Lumatic, heeft in Frankrijk een marktaandeel van [60-70]*% (volgens een intern document van zijn verkoopafdeling [70-80]*%), in Spanje van [30-40]*%, in Portugal van [10-20]* % en in België van [10-20]*%. In alle overige landen ligt het marktaandeel van Legrand beneden [10-20]*%. Schneider speelt alleen een rol van betekenis op de Franse markt, waar het bedrijf een aandeel heeft van ([0-10]*%.
391. De andere concurrenten en hun marktaandelen verschillen eveneens van land tot land. Alleen Cooper/Menvier (aanwezig in Oostenrijk, België, Portugal en het Verenigd Koninkrijk), Zemper (Spanje en Portugal) en Beghelli (Oostenrijk, België, Italië) zijn in verscheidene lidstaten belangrijke concurrenten voor de partijen.¹¹⁸
392. Legrand verkoopt zijn producten voor noodverlichting via de distributiekkanalen, wat bijdraagt aan de nationale versplintering van de markten.¹¹⁹
393. Indien een fabrikant op verscheidene nationale markten aanwezig is, zijn de producten die hij er verkoopt toch verschillend. Van de vijf in Frankrijk meest verkochte noodverlichtingsystemen met eigen voeding van Legrand zijn er maar twee die ook in een andere EER-lidstaat tot de vijf meest verkochte behoren, te weten referentienummers [...] in Oostenrijk en in Portugal. De verkoopprijs van deze twee nummers is niettemin hoger in [...] dan in de twee andere landen, zoals blijkt uit de onderstaande tabel.

¹¹⁶ Zie hiervoor, overweging 61.

¹¹⁷ Antwoord van de partijen van 21 juni 2001, vraag 187.

¹¹⁸ Antwoord van de partijen van 10 juli 2001, vraag 31.

¹¹⁹ Zie hiervoor, overwegingen 202-210.

Tabel 20

Referentienummer (prijs in EUR)	A	F	P
[...]* Gem. verkoopprijs	**	**	**
[...]* Gem. verkoopprijs	**	**	**

Bron: Partijen.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

394. De Commissie concludeert op grond hiervan dat de relevante geografische markt voor de verkoop van noodverlichtingsystemen een nationaal karakter heeft, op zijn minst waar het de Franse markt betreft.

B.4 Installatie- en bevestigingsmateriaal

B.4.1 Bepaling van de productmarkt voor installatie- en bevestigingsmateriaal

395. De partijen hebben een productmarkt afgebakend van de materialen die tussen eindverdelers en de eindapparatuur voor montage en installatie dienen. Deze productmarkt omvat de volgende productcategorieën:

- inbouwdozen, dat wil zeggen dozen die worden aangebracht in muren en dienen om van binnen uit de muur draden voor laagspanningsvoeding te ontvangen en op de voorzijde componenten als schakelaars en contactdozen te monteren. De partijen geven aan dat deze dozen afhankelijk van het materiaal van de muur (beton, droge tussenwand, baksteen) enigszins kunnen verschillen;
- lasdozen, dat wil zeggen dozen die dienen voor de knooppunten van de bekabeling;
- aftakroosters (“grilles de dérivation”), dat wil zeggen componenten die dienen voor het maken van aftakkingen in de bekabeling;
- kroonstenen, dat wil zeggen componenten die dienen voor het onderling verbinden van draden en bekabeling;
- kabelgeleiders, dat wil zeggen slangetjes voor het beschermen van de bekabeling;
- kabelbevestigingen, dat wil zeggen clips en klemmen voor het vastzetten van de bekabeling;
- kabelbinders, dat wil zeggen de middelen voor het bundelen van draden en kabels en het bevestigen ervan op een ondergrond;
- installatiebuis, dat wil zeggen kunststof buizen die dienen voor het geleiden en beschermen van de bekabeling;
- bevestigingsmiddelen voor het vastzetten van de buizen, dat wil zeggen zadels en dergelijke voor het vastzetten op muren.

396. De partijen stellen dat deze producten één productmarkt vormen omdat ze alle dienen voor de infrastructuur van bekabeling van het deel van een elektrische installatie tussen de eindverdelers en de aansluitpunten voor de eindapparatuur (contactdozen, schakelaars, enz.). Nauwkeuriger uitgedrukt, deze producten die in alle elektrische installaties nodig zijn, dienen voor het geleiden, beschermen en verbinden van de bekabeling van elektrische installaties.¹²⁰ De partijen voegen hieraan toe dat deze producten aan de aanbodzijde substitueerbaar zijn. Ze worden gemaakt met dezelfde spuitgiet-, extrusie-, stans- en metaalbewerkingstechnieken en kunnen met betrekkelijk goedkope productiemiddelen in één bewerkingsgang worden vervaardigd.¹²¹ De partijen voeren aan dat deze overeenkomsten in de gangbare productietechnieken voor de verschillende installatie- en bevestigingsmaterialen een bedrijf in staat moeten stellen een al aanwezige productielijn in te richten voor het vervaardigen van andere producten.¹²²
397. De exacte afbakening van de productmarkt voor de verkoop van installatie- en bevestigingsmateriaal mag in het onderhavige geval achterwege blijven, want hoe deze ook uitvalt, de voorgestelde transactie brengt dezelfde concurrentieproblemen met zich.

B.4.2 Afbakening van de geografische markt voor installatie- en bevestigingsmateriaal

398. Ten aanzien van de omvang van de geografische markt voor installatie- en bevestigingsmateriaal nemen de partijen geen duidelijk standpunt in. In formulier CO geven ze namelijk aan dat de geografische dimensie van deze markt “niet als zuiver nationaal mag worden opgevat”. Op grond van de hieronder uiteengezette overwegingen, in combinatie met de in het voorgaande bij verdelers geschetste algemene argumenten¹²³, moet evenwel worden geconcludeerd dat de betrokken productmarkt een nationaal karakter heeft.

Naast internationale normen gelden voor inbouw- en lasdozen ook nationale voorschriften

399. Voor inbouw- en lasdozen geldt de norm IEC 60 670, waarin de “algemene eisen voor omhulsels voor huishoudelijk en soortgelijk gebruik van elektrische installaties zijn vastgelegd”. De partijen merken echter op dat deze norm in het geheel geen maten van de betrokken dozen voorschrijft en dat die in feite worden bepaald door de nationale normalisatieorganisaties, wat tot verschillen per land voert. Inderdaad bepalen deze instellingen de afmetingen van inbouw- en lasdozen op uiteenlopende grondslagen, meestal op basis van de in het eigen land meest gangbare bouwwijze, waarbij zij vooral rekening houden met de aard van de gebruikte bouwmaterialen, de kwaliteit en de verscheidenheid van dragende muren en tussenwanden (beton, baksteen, natuursteen, droge wanden, enz.). De partijen wijzen er evenwel op dat bepaalde groepen landen, bijvoorbeeld de Scandinavische landen, voor onderling gelijke afmetingen hebben

¹²⁰ Antwoord van de partijen op de vragen 238 en 240 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹²¹ Antwoord van de partijen op vraag 240 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹²² Antwoord van de partijen op vraag 242 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹²³ Overwegingen 202-210.

gekozen. In Frankrijk tenslotte schrijft de overheid niets voor over de afmetingen van inbouw- en lasdozen.¹²⁴

Voor verschillende categorieën installatie- en bevestigingsmateriaal moet niet alleen aan internationale normen worden voldaan maar is ook een nationaal keurmerk nodig

400. In de diverse EER-lidstaten bestaan voor verscheidene categorieën installatie- en bevestigingsmateriaal nationale kwaliteitskeurmerken, die worden toegekend door onafhankelijke nationale certificatie-instellingen die de gebruiker de garantie geven dat het product voldoet aan de geldende technische voorschriften, bijvoorbeeld die welke zijn vastgelegd normen voor het betrokken product. Deze technische eisen kunnen samenhangen met hetzij een Europese norm - rechtstreeks of indirect via een nationale die de omzetting vormt van de internationale norm - hetzij een “zelfstandige” nationale norm die los staat van enige internationale norm. Het verwerven van deze keurmerken is niet verplicht, maar de partijen erkennen dat het commerciële voordeel dat ze voor installatie- en bevestigingsmateriaal in verscheidene landen, met name Duitsland, Frankrijk en Italië, inhouden, onloochenbaar is.¹²⁵

401. De partijen hebben dan ook kwaliteitskeuren verworven voor de volgende producten:

- voor verschillende modellen op de markt gebrachte inbouwdozen¹²⁶: OVE (Oostenrijk) en CEBEC (België);
- voor kroonstenen: NF (Frankrijk), KEMA (Nederland), VDE (Duitsland), IMQ (Italië), AENOR (Spanje), CEBEC (België);¹²⁷
- voor installatiebuis: NF USE (Frankrijk), afgegeven door het LCIE.¹²⁸

De referentienummers van meest verkochte installatie- en bevestigingsmateriaal lopen per lidstaat duidelijk uiteen

402. In algemene zin stelt Schneider dat op het gebied van installatie- en bevestigingsmateriaal de vijf meest verkochte referentienummers van lidstaat tot lidstaat wegens uiteenlopende werkmethoden verschillen.¹²⁹ Bovendien brengen de bedrijven van de Schneider-groep die op de desbetreffende markt opereren, zoals Alombard of Sarel, deze producten doorgaans maar in één lidstaat uit. De vergelijkingen die hierna volgen, betreffen dus hoofdzakelijk de producten van de Legrand-groep.

¹²⁴ Antwoord van de partijen van 11 juli 2001 op een verzoek van de Commissie van 6 juli 2001.

¹²⁵ Antwoord op vraag 246 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹²⁶ Bijlage bij het antwoord van de partijen op vraag 66 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹²⁷ Antwoord van de partijen van 20 juli 2001 op een verzoek van de Commissie van 3 juli 2001.

¹²⁸ Antwoord van de partijen van juli 2001 op een verzoek van de Commissie van 3 juli 2001.

¹²⁹ “General Comment” op de bijlage bij het antwoord van Schneider op vraag 139 van de vragenlijst van 6 april 2001.

Inbouwdozen

403. De partijen geven aan dat de meest verkochte referentienummers per lidstaat aanzienlijk uiteenlopen.¹³⁰ Zo blijkt uit informatie van Legrand dat de lijst van vijf meest verkochte inbouwdozen van lidstaat tot lidstaat significant verschilt en dat het maar weinig voorkomt dat hetzelfde nummer in meer dan drie lidstaten op de lijst staat. In 2000, toen Legrand de lijst van de vijf meest verkochte inbouwdozen in elf EER-landen verstrekke¹³¹, omvatte deze in totaal 37 verschillende nummers. Van deze 37 staan er drie bij vier landen op de lijst (en geen enkele bij meer dan vier landen) en staan er drie bij drie landen op de lijst.

Aftakroosters (“grilles de dérivation”)

404. De partijen verklaren dat aftakroosters producten zijn die eigenlijk alleen in Frankrijk en enkele andere lidstaten worden toegepast.¹³² Uit een intern document van Legrand¹³³ blijkt dat deze onderneming, die in zeven lidstaten installatie- en bevestigingsmateriaal op de markt brengt, in 2000 dit type product slechts in vier lidstaten heeft verkocht, te weten Frankrijk, Duitsland, Oostenrijk en Ierland.¹³⁴

Installatiebuis

405. De partijen melden dat de diameters van onbuigzame installatiebuis van lidstaat tot lidstaat verschillen. Als gevolg hiervan lopen ook de materialen voor het bevestigen van deze buizen van land tot land uiteen. De partijen voegen hieraan toe dat in bepaalde landen metalen buizen worden gebruikt, terwijl andere PVC-buizen toepassen.¹³⁵

Kabelbinders

406. Uit de door Legrand verstrekte gegevens blijkt dat de lijst van vijf meest verkochte nummers kabelbinders per lidstaat significant verschilt en dat het weinig voorkomt dat eenzelfde referentienummer in meer dan drie landen op de lijst staat. De lijst van vijf meest verkochte referentienummers op het gebied van kabelbinders van Legrand voor 15 EER-lidstaten¹³⁶ telt in totaal 39 nummers. Van die 39 komen slechts twee nummers op de lijsten van vier landen voor (en geen enkele op de lijsten van meer dan vier landen); zes nummers staan bij twee landen op de lijst.

407. Verder lichten de partijen toe dat kabelbinders van een bepaald type, de zogenaamde “Colson-banden”, in bepaalde EER-lidstaten, met name Frankrijk, veel meer worden toegepast dan in andere. Dit product kenmerkt zich door zijn zeer hoge kwaliteit (bestand

¹³⁰ Antwoord van de partijen op vraag 244 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹³¹ Bijlage Legrand bij vraag 139 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹³² Antwoord van de partijen op vraag 244 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹³³ Bijlage bij het antwoord Legrand op vraag 139 van de vragenlijst van 6 juni 2001.

¹³⁴ Bijlage Legrand bij antwoord 193 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹³⁵ Antwoord van de partijen op vraag 244 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹³⁶ Bijlage bij het antwoord van Legrand op vraag 139 van de vragenlijst van 6 juni 2001.

tegen weersinvloeden en tegen doorscheuren) die samenhangt met het feit dat de banden van een veel sterker maar ook veel duurder materiaal wordt gemaakt dan andere kabelbinders. De bijzonder grote verbreiding ervan in Frankrijk is een gevolg van het feit dat de het Franse elektriciteitsbedrijf EDF Colson-banden voor het eigen werk voorschrijft omdat het vindt dat het vervangen van binders op vaak zeer verspreide plaatsen onacceptabele kosten met zich brengt.¹³⁷

Aanzienlijke prijsverschillen tussen de lidstaten

408. Voor elk van de hoofdcategorieën installatie- en bevestigingsmateriaal heeft de Commissie de partijen gevraagd de gemiddelde verkoopprijs te verstrekken van elk van de referentienummers die in een van de lidstaten tot de vijf meest verkochte behoren, en die prijs dan te geven voor alle lidstaten waar het betrokken referentienummer wordt verkocht.¹³⁸ Bij de nummers die in meer dan één land tot de vijf meest verkochte typen behoren, blijken er duidelijke verkoopprijsverschillen per land te zijn.
409. Hoe de verdeling ook precies is, de vermelde nummers vertegenwoordigen een aanzienlijk deel van de omzet van Legrand voor elk van de categorieën installatie- en bevestigingsmateriaal en ze zijn dus representatief voor deze productcategorieën.

Inbouwdozen

410. Onderstaande tabel 21 geeft de verkoopprijzen in euro van elk van de referentienummers van inbouwdozen in de Legrand-catalogussen die in het jaar 1999 in ten minste twee landen tot de vijf meest verkochte behoren.

¹³⁷ Antwoord van de partijen van 25 juni 2001 op een verzoek van de Commissie van 21 juni 2001.

¹³⁸ Bijlage bij het antwoord van de partijen op vraag 245 van de vragenlijst van 6 april 2001.

Tabel 21

Referentienummer	DE	DK	BE	FR	GR	NL	PT	ES	VK
[...]* Gem. verkoopprijs (basis FR=100)				(100)	**				
[...]* Gem. verkoopprijs (basis DE=100)	(100)					**			***
[...]* Gem. verkoopprijs (basis DE=100)	(100)					**			
[...]* Gem. verkoopprijs (basis DE=100)	(100)	***							***
[...]* Gem. verkoopprijs (basis DK=100)		(100)	**				**		
[...]* Gem. verkoopprijs (basis BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Gem. verkoopprijs (basis BE=100)			(100)		***		**	*	
[...]* Gem. verkoopprijs (basis DE=100)	(100)				*	**		*	

Bron: Partijen.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150 , enz.]*

411. Met uitzondering van referentienummer [...] * doen zich bij de grote meerderheid van de door Legrand op de markt gebrachte inbouwdozen zeer aanzienlijke prijsverschillen tussen de lidstaten voor. Als we de vergelijking beperken tot naburige en dicht bij elkaar gelegen landen:

- nummer [...] * wordt verkocht voor [...] * EUR in [...] * en voor [...] * EUR in [...] *, zodat er een prijsverschil is van [0-50] *% ;
- nummer [...] * wordt verkocht voor [...] * EUR in [...] * en voor [...] * EUR in [...] *, zodat er een prijsverschil is van [0-50] *% ;
- nummer [...] * wordt verkocht voor [...] * EUR in [...] * en voor [...] * EUR in [...] *, zodat er een prijsverschil is van [0-50] *% ;
- nummer [...] * wordt verkocht voor [...] * EUR in [...] * en voor [...] * EUR in [...] *, zodat er een prijsverschil is van [50-100] *% ;

- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...] en voor [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [50-100]*%.

Kabelbinders

412. Onderstaande tabel 22 geeft de verkoopprijzen in euro van elk van de referentienummers van kabelbinders in de Legrand-catalogussen die in het jaar 2000 in ten minste twee landen tot de vijf meest verkochte behoren.

Tabel 22

Referentienummer	O	BE	DE	DK	ES	FR =100	GB	GR	IR	NL	PT
[...]* Gem. verkoopprijs			***			(100)					
[...]* Gem. verkoopprijs			***	****		(100)	****	***			
[...]* Gem. verkoopprijs		***	**	***	**	(100)	****	****			
[...]* Gem. verkoopprijs				***	**	(100)					

Bron: Partijen.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

413. Er doen zich bij de grote meerderheid van de door Legrand op de markt gebrachte kabelbinders zeer aanzienlijke prijsverschillen tussen de lidstaten voor. Als we de vergelijking beperken tot naburige en dicht bij elkaar gelegen landen:

- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...] en voor [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [0-50]*%;
- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...], voor [...] EUR in [...] en voor [...] * euro in [...], zodat er een prijsverschil is van [0-50]*% tussen [...] en [...] en een prijsverschil van [0-50]*% tussen [...] en [...];
- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...] en voor [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [0-50]*%;
- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...] en voor [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [0-50]*%;
- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...] en voor [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [0-50]*%.

Aftakroosters

414. Uit de door Legrand verstrekte gegevens¹³⁹ blijkt dat deze onderneming in 2000 aftakroosters op de markt bracht in vier lidstaten. De hieronder vermelde nummers behoren tot de vijf die in dat jaar het meest zijn in deze landen. Het betreft dus nummers die een aanzienlijke omzet in de categorie aftakroosters genereren en voor deze categorie daarom als representatief mogen gelden.
415. Gedurende 2000 werd het Legrand-product met het referentienummer [...] en de aanduiding “[...]” verkocht tegen een gemiddelde prijs per eenheid van
- [90-130]* EUR in Frankrijk,
 - [290-330]* EUR in Oostenrijk en
 - [340-380]* EUR in Ierland.
416. Gedurende 2000 werd het Legrand-product met het referentienummer [...] en de aanduiding “[...]” verkocht tegen een gemiddelde prijs per eenheid van [...] EUR in [...], terwijl de gemiddelde verkoopprijs per eenheid in hetzelfde jaar in [...] EUR bedroeg, zodat er een prijsverschil was van [50-100]*%.
417. Gedurende 2000 tenslotte werd het Legrand-product met het referentienummer [...] en de aanduiding “[...]” verkocht tegen een gemiddelde prijs per eenheid van [...] EUR in [...], terwijl de gemiddelde verkoopprijs per eenheid in [...] EUR bedroeg, zodat er een prijsverschil was van [250-300]*%.

Kabelgeleiders

418. Onderstaande tabel 23 geeft de verkoopprijzen in euro van elk van de referentienummers in de Legrand-catalogussen die in 1999 in ten minste twee lidstaten tot de vijf meest verkochte typen kabelgeleiders behoren.

Tabel 23

Referentienummers (prijs in EUR)	DE	AUT	BE	DK	ES	FR = 100	GR	FIN
[...] Gem. verkoopprijs	*****		9*			(100)		11*
[...] Gem. verkoopprijs			8*			(100)		11*
[...] Gem. verkoopprijs	****	*****	*****	***	7*	(100)	*****	11*
[...] Gem. verkoopprijs	****	*****	*****		7*	(100)	*****	7*

Bron: Partijen.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

¹³⁹ Bijlage bij het antwoord van Legrand op vraag 139 van de vragenlijst van 6 april 2001.

419. Er doen zich bij de grote meerderheid van de door Legrand op de markt gebrachte typen kabelgeleider zeer aanzienlijke prijsverschillen tussen de lidstaten voor. Als we de vergelijking beperken tot naburige en dicht bij elkaar gelegen landen:

- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...], [...] EUR in [...] en [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [50-100]% tussen [...] en [...], van [50-100]% tussen [...] en [...] en van [300-350]% tussen [...] en [...];
- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...] en voor [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [50-100]%;
- nummer [...] wordt verkocht voor [...] EUR in [...] en voor [...] EUR in [...], zodat er een prijsverschil is van [50-100]%

Naast de partijen is geen enkele concurrent aanwezig in meer dan één lidstaat en de marktposities van de partijen in de verschillende lidstaten zijn asymmetrisch

420. Slechts weinig ondernemingen die actief zijn op de markt van installatie- en bevestigingsmaterialen, zijn aanwezig op de markten van verscheidene lidstaten. Uit de door de partijen verstrekte documenten¹⁴⁰ komt naar voren dat alleen Schneider en Legrand deze producten in meer dan één EER-lidstaat verkopen. Zo is Schneider in zes EER-landen aanwezig (Denemarken, Finland, Frankrijk, Italië, Zweden en Noorwegen) en Legrand in zeven lidstaten (Spanje, Frankrijk, Italië, Ierland, Nederland, Portugal en het Verenigd Koninkrijk). De voornaamste concurrenten van de partijen, Hager, Siemens, ABB en Gewiss, zijn slechts actief in één lidstaat ofschoon zeker de drie eerstgenoemden grote ondernemingen zijn met activiteiten in diverse EER-lidstaten.

421. Bovendien blijkt uit de door de partijen opgegeven marktaandelen¹⁴¹ dat hun posities in de verschillende lidstaten waar ze aanwezig zijn, sterk uiteenlopen. Zo heeft Schneider enerzijds in Frankrijk een marktaandeel van [20-30]%, maar in Italië bedraagt dit maar [0-10]%. Evenzo bedraagt het marktaandeel in Noorwegen [60-70]% en in Zweden slechts [30-40]%. Legrand heeft in Frankrijk een marktaandeel van [50-60]% tegen slechts [10-20]% in Italië en [10-20]% in Spanje. De partijen geven ook aan dat op de markt van installatie- en bevestigingsmateriaal “de concurrentie veelal bestaat uit kleine en middelgrote nationale bedrijven die soms lokaal aanzienlijke marktaandelen hebben.”¹⁴²

¹⁴⁰ Bijlage 16 bij formulier CO.

¹⁴¹ Bijlage 16 bij formulier CO.

¹⁴² Antwoord van de partijen van 16 juli 2001 op een verzoek van de Commissie van 3 juli 2001.

De distributie van installatie- en bevestigingsmateriaal is op nationaal niveau georganiseerd

422. De partijen stellen dat gemiddeld 90% van de omzet van fabrikanten van installatie- en bevestigingsmateriaal voor rekening komt van orders van de groothandel.¹⁴³
423. Zoals al in het voorgaande is toegelicht, zijn de betrekkingen tussen fabrikanten en groothandelaren in elektrotechnische materialen op nationale schaal georganiseerd, ook als het fabrikanten en groothandelaren van Europese dimensie betreft. Dit geldt ook voor installatie- en bevestigingsmateriaal, waarvan de distributiekanaalen eveneens nationaal zijn georganiseerd.

Conclusie

424. De Commissie concludeert dat de geografische markt voor de afzet van installatie- en bevestigingsmateriaal een nationaal karakter heeft. De partijen hebben deze conclusie in hun memorie van antwoord niet bestreden.

B.5 Transformators en voedingen

B.5.1 De productmarkten

425. Transformators en voedingsapparaten dienen voor laagspanningsregelsystemen voor geautomatiseerde industriële processen en gebouwen. Deze producten leveren elektrische spanningen en stroomsterkten die aangepast zijn aan de voedings- en besturingselementen van regelsystemen, die om veiligheidsredenen gescheiden moeten zijn van het gewone elektriciteitsnet. Veelal verlangen ze voedingsspanningen die afwijken van die van het gewone net (bijvoorbeeld zeer lage spanning of gelijkspanning).
426. De partijen stellen dat transformators en voedingen deel uitmaken van één productmarkt omdat ze dezelfde behoefte voorzien: regelsystemen voorzien van elektrische energie. Deze opvatting blijkt bij onderzoek evenwel niet juist.
427. Allereerst vervullen transformators en voedingen verschillende functies. Transformators zijn bestemd voor wisselspanningscircuits en dienen om het spanningsniveau aan te passen en de circuits van het gewone net te scheiden. Voedingen kunnen gelijkspanning leveren. In de memorie van antwoord die de partijen naar aanleiding van de mededeling van punten van bezwaar hebben ingediend, brengen de partijen naar voren dat voedingen vaak technisch veel geavanceerder zijn en meer functionaliteit hebben (beveiliging, bewaking, krachtige besturingsfuncties, enz.). Volgens de partijen komt dit tot uitdrukking in het prijsniveau, dat bij voedingen hoger ligt dan bij transformators.
428. Verder wordt de keuze tussen transformators en voedingen bepaald door de keuze van het regelsysteem. De partijen geven bijvoorbeeld de toelichting dat de keuze tussen de ene en de andere technologie afhangt van de reeds eerder gemaakte keuze van het regelsysteem zelf. Dit zou betekenen dat er wel sprake is van substitueerbaarheid van een koppel regelsysteem/transformator en een koppel regelsysteem/voeding. De toelichting

¹⁴³ Formulier CO, blz. 102.

van de partijen houdt echter in dat transformatoren en voedingen voor regelsystemen aan de vraagzijde niet substitueerbaar zijn als de keuze voor het regelsysteem eenmaal vaststaat.

429. Bovendien lijken deze twee soorten producten eerder complementair. De partijen stellen bijvoorbeeld dat moderne regelsystemen meestal werken met een transformator voor het scheiden en elektronische voedingen voor het aanpassen en regelen van de spanningsniveaus. In die situatie zijn de betrokken technieken veeleer elkaar aanvullend dan met elkaar concurrerend.
430. In hun memorie van antwoord stellen de partijen niettemin dat de keuze tussen transformatoren en/of voedingen zeer open blijft voor een gegeven toepassing, zelfs wanneer de keuze van het regelsysteem al bepaald is.
431. Deze bewering is echter niet alleen in tegenspraak met de toelichting die de partijen zelf in antwoord op de bij het onderzoek door de Commissie gestelde vragen geven¹⁴⁴, maar ook met de in de catalogus van Télémécanique (Schneider) vermelde toelichting waarin bij “gids bij de keuze” uitgebreid wordt ingegaan op de functies van transformatoren, van gelijkgerichte gefilterde voedingen en van gestabiliseerde voedingen alsmede op de toepassingen (in termen van besturingscircuits, omgevingseisen, net, gevoeligheid en dergelijke) waarvoor deze soorten producten geschikt zijn.¹⁴⁵ De partijen voegen in hun antwoord hieraan andere keuzecriteria toe als betrouwbaarheid, onderhoudvereisten en standaardisatie van de componenten van het regelsysteem, die de keuze van hetzij een transformator hetzij een voeding of zelfs een bepaald type voeding kunnen bepalen. Hieruit is af te leiden dat transformatoren en voedingen aan de aanbodzijde slechts in zeer beperkte mate substitueerbaar zijn.
432. De prijsniveaus van transformatoren en voedingen lopen flink uiteen. Van de referentie nummers van transformatoren in de Schneider-catalogus die in de EER-lidstaten tot de vijf meest verkochte behoren, ligt de gemiddelde prijs tussen [10-50]* EUR (nummer [...] in [...]*) en [40-80]* EUR (nummer [...] in [...]*), terwijl de gemiddelde prijs van voedingen tussen [10-50]* EUR (nummer [...] in [...]*) en [480-520]* EUR ligt (nummer [...] in [...]*). De overeenkomstige prijzen van Legrand lopen uiteen van [0-40]* EUR (nummer [...] in [...]*) tot [180-220]* EUR (nummer [...] in [...]*) voor transformatoren en van [40-80]* EUR (nummer [...] in [...]*) tot [400-440]* EUR (nummer [...] in [...]*) voor voedingen.
433. In hun memorie van antwoord verklaren de partijen dit prijsverschil uit het reit dat voedingen technisch geavanceerder zijn dan transformatoren en ook krachtiger functies bieden.
434. Deze toelichting onderstreept echter juist dat de twee soorten producten aan de vraagzijde wegens hun uiteenlopende kenmerken en prijsverschil niet substitueerbaar zijn.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Antwoord van 19 maart 2001 op de vragenlijst van 14 maart 2001, vraag 25.

¹⁴⁵ Catalogus Télémécanique 1999, blz. 366/367.

¹⁴⁶ Zie de definitie van relevante productmarkt in de Bekendmaking van de Commissie inzake de bepaling van de relevante markt voor het gemeenschappelijke mededingingsrecht, punt 7.

435. Transformatoren en voedingen zijn bovendien vanuit technisch opzicht heel verschillend. De partijen hebben in het kader van het onderzoek toegelicht dat voedingen werken volgens een techniek van “geprogrammeerde logica” en zijn opgebouwd uit hoofdzakelijk elektronische componenten (ook al bevatten ze in de meeste gevallen ook een transformator), terwijl transformatoren werken met “vaste logica” en bestaan uit elektromechanische onderdelen zonder elektronica.¹⁴⁷ Transformatoren zijn producten waarvan de techniek al volkomen is uitontwikkeld terwijl voedingen producten zijn van technologieën die nog in ontwikkeling zijn.¹⁴⁸ Een concurrent heeft uitgelegd dat niet alleen de productiemiddelen maar ook de test- en verificatieapparatuur voor transformatoren en voedingen verschillend zijn. Om die reden moet een fabrikant van transformatoren zich aanzienlijke investeringen in tijd en geld getroosten voordat hij de productie van voedingen kan beginnen en omgekeerd.¹⁴⁹ Het betreft hier dus geen producten die aan de aanbodzijde substitueerbaar zijn.
436. De partijen hebben in hun memorie van antwoord tegen dit argument aangevoerd dat er zowel transformatoren als voedingen een grote verscheidenheid aan functies vervullen, en dat het daarom “te simplistisch” is transformatoren in te delen bij industrieproducten met “vaste logica” en voedingen bij de categorie van “geprogrammeerde logica”. Bovendien zijn de partijen van mening dat omschakeling van de productie van transformatoren op het vervaardigen van voedingen of omgekeerd “niet problematisch”, overigens zonder dat zij ingaan op de tijd en kosten die daarmee gemoeid zouden zijn.
437. Een dergelijke bewering ontkracht niet de constatering dat transformatoren en voedingen aan de aanbodzijde niet substitueerbaar zijn. Uit de informatie van zowel de partijen als de hierboven geciteerde derden vloeit namelijk voor dat - ongeacht de mogelijke variëteit aan voedingsoplossingen, alle soorten voedingen berusten op een technologie die fundamenteel verschilt van die van transformatoren.
438. De partijen beweren voorts dat de meeste aanbieders op de markt zowel transformatoren als voedingen verkopen. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat ofschoon inderdaad een aanzienlijk aantal aanbieders op beide segmenten actief is, van alle concurrenten met een aandeel van meer dan [...] *% op de gecombineerde markt van transformatoren en voedingen in Frankrijk, alleen Siemens en Cecla in beide segmenten actief zijn. De andere beperken zich tot het segment van de voedingen, zodat zij op het gebied van transformatoren momenteel geen concurrentiedruk op de partijen uitoefenen.
439. Bovendien brengen de partijen in hun memorie van antwoord naar voren dat de toepassing van transformatoren de neiging vertoont terug te lopen, terwijl die van voedingen stijgt als gevolg van de algemene marktrends in de richting van meer geavanceerde technieken en zeker ook de toenemende inschakeling van elektronica. Deze ontwikkeling zou aanbieders dwingen hun productie te heroriënteren en van de productie van transformatoren over te schakelen op die van (elektromechanische) voedingen met gelijkrichter, vervolgens op (elektromechanische) uitvoeringen met gelijkrichter en filters en tenslotte op gestabiliseerde (elektronische) voedingen.

¹⁴⁷ Antwoord van 19 maart 2001 op de vragenlijst van 14 maart 2001, vraag 25.

¹⁴⁸ Aanvulling op formulier CO van 14 maart 2001, blz. 12.

¹⁴⁹ Polylux, antwoord van 9 juli 2001.

440. Zo'n tendens is, als ze al op middellange of langere termijn bestaat, evenwel niet van zoveel invloed dat er voldoende concurrentiedruk op transformatorfabrikanten van uitgaat. Zoals in het voorgaande is toegelicht, hangt de keuze tussen transformator en voeding af van de daaraan voorafgegane keuze van een regelsysteem. Het gevolg is dat de substitueerbaarheid die de partijen naar voren brengen, alleen bestaat op het niveau van de keuze tussen een oplossing voor "regelsysteem met transformator" dan wel "regelsysteem met voeding". Aangezien echter de keuze van een regelsysteem in het algemeen niet uitsluitend wordt gebaseerd op de wijze van elektriciteitstoevoer, is het onwaarschijnlijk dat een verhoging van transformatorprijzen op zichzelf genoeg zou zijn om een voldoende groot deel van vraag naar een oplossing "regelsysteem met transformator" te doen uitwijken naar een oplossing "regelsysteem met voeding". Dit wordt overigens geïllustreerd door de eerder geconstateerde prijsverschillen.
441. De Commissie concludeert derhalve dat transformators en elektronische voedingen tot afzonderlijke productmarkten behoren.

B.5.2 Geografische markten

442. Wat de geografische markt aangaat stellen de partijen dat deze van Europese dimensie is. Ze voeren hierbij aan dat transformators zowel als voedingen op internationaal niveau zijn gestandaardiseerd en dat de voornaamste concurrenten actief zijn op internationaal niveau, waarbij ze één standaardcatalogus en één enkel merk voeren.
443. Het voor transformators en voedingen geldende normenkader is op Europees niveau geharmoniseerd. De normen voor spanningstransformators zijn die van de IEC-serie 61558 en de daarvan afgeleide EN-normenreeks. Hierin worden alle aspecten behandeld die verband houden met de elektrische, thermische en mechanische veiligheid van transformators met een ingangsspanning van minder dan 1 000 volt, en ook van de voedingen waarin deze transformators zijn ingebouwd. Voor de voedingen gelden de IEC-norm 60950 en de equivalente Europese norm met hetzelfde nummer. Naast deze internationale en Europese normen bestaan geen nationale normen.
444. Op verzoek van afnemers laten makers van transformators en voedingen de conformiteit van hun producten met de toepasselijke normen certificeren door onafhankelijke testinstellingen. Zoals de partijen stellen, bezitten alle in de EER-lidstaten erkende instellingen de mogelijkheden om de hiervoor vereiste toetsingen uit te voeren en een certificaat te verlenen dat een product aan de normen voldoet. De reputatie van de instelling en de erkenning ervan door de markt blijven echter factoren van wezenlijk gewicht. De partijen schatten de benodigde investering in tijd en kosten voor het verwerven van een certificaat op respectievelijk [1-18]* maanden en [50-250]* FRF. Hoewel dit kostenniveau niet prohibitief kan worden genoemd, vormt het niettemin een zeker niet verwaarloosbare drempel tussen de markten van de lidstaten, aangezien voor elk referentienummer een apart certificaat moet worden verkregen en de certificaten voor elk product met regelmatige tussenpozen vernieuwd moeten worden.
445. Uit de door de partijen verstrekte prijsanalyse blijkt dat er aanzienlijke prijsverschillen bestaan tussen de lidstaten. De onderstaande tabel geeft de verkoopprijzen in euro van elk referentienummer van Schneider dat behoort tot de vijf meest verkochte transformators en voedingen van het bedrijf in ten minste twee lidstaten.

Tabel 24

Referentienummer (prijs in EUR)	B	D	DK	E	F	I	NL	VK	S	N
Transformator [...]*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	
Gem. verkoopprijs										
Transformator [...]*	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Gem. verkoopprijs										
Transformator [...]*	*	*	*	*	*		*		*	*
Gem. verkoopprijs										
Voeding [...]*	**		**	**	**	**		11*	**	
Gem. verkoopprijs										
Voeding [...]*					***	**	***			
Gem. verkoopprijs										
Voeding [...]*	**		**		**					
Gem. verkoopprijs										
Voeding [...]*					**				**	
Gem. verkoopprijs										
Voeding [...]*					***					**
Gem. verkoopprijs										

Bron: Partijen.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

446. Dergelijke prijsverschillen geven aan dat de aanbieder de mogelijkheid heeft de prijzen in een gegeven land te verhogen zonder daarbij het risico te lopen dat de afnemers de betrokken apparatuur uit buurlanden gaan importeren.

447. In hun memorie van antwoord stellen de partijen dat de prijsverschillen van Schneider geen aanwijzing vormen aangaande de omvang van de geografische markt, omdat ze veroorzaakt zouden worden door het feit dat Schneider besloten heeft geen pan-Europees prijsbeleid te ontwikkelen omdat het maar om geringe aantallen producten gaat en dus om slechts bescheiden omzetcijfers. Maar juist omdat er geen sprake is van een prijsbeleid op groepsniveau, lijkt het aannemelijk dat de door de dochterondernemingen van Schneider in de verschillende landen bepaalde prijzen de concurrentievoorwaarden in die landen juist goed weerspiegelen. De geconstateerde prijsverschillen duiden in die situatie dus op het bestaan van concurrentievoorwaarden die van land tot land aanzienlijk uiteenlopen.¹⁵⁰

448. Verder moet hier worden opgemerkt dat ook bij Legrand prijsverschillen bestaan, zij het in mindere mate. De volgende tabel geeft de prijzen van de vijf in Frankrijk meest

¹⁵⁰ Zie de definitie van relevante geografische markt in de Bekendmaking van de Commissie inzake de bepaling van de relevante markt voor het gemeenschappelijke mededingingsrecht, punt 8.

verkochte transformatoren die tevens tot de vijf meest verkochte in ten minste één andere lidstaat behoren.

Tabel 24 a

Referentienummer (prijs 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]*

Bron: Partijen

449. Volgens de partijen wordt 60 % van de door hen verkochte transformatoren en voedingen afgezet via de groothandel, die op nationale schaal is georganiseerd. Voor Frankrijk, het land waar de partijen elkaar het meest overlappen, schat Schneider het omzetaandeel dat door de groothandel wordt afgenomen op [70-80]* % voor transformatoren en op [70-80]* % voor voedingen.
450. In hun memorie van antwoord wijzen de partijen verder op de internationale aanwezigheid van fabrikanten van uiteenlopend formaat, waaronder grote ondernemingen als Omron, Siemens en Phoenix, maar ook veel MKB-bedrijven.
451. De aanwezigheid van een leverancier in verscheidene landen houdt echter niet noodzakelijkerwijs in dat de concurrentievoorwaarden er voldoende homogeen zijn. Uit de door de partijen in het kader van het onderzoek verstrekte gegevens komt naar voren dat de marktposities van de verschillende aanbieders van land tot land aanzienlijk uiteenlopen. Zo heeft Legrand op het gebied van transformatoren en voedingen alleen in Frankrijk (met [20-40]*%) een marktaandeel van meer dan [0-20]*%. De marktaandelen zijn verder in België ([0-20]* %, in Nederland [0-20]*%, in Italië [0-20]*% en in het Verenigd Koninkrijk [0-20]*%. Het marktaandeel van Siemens varieert van [0-20]*% in het Verenigd Koninkrijk tot [20-40]*% in Duitsland, dat van Phoenix van [0-20]*% in Oostenrijk en Finland tot [20-40]*% in België.
452. De partijen voeren tevens aan dat er veel exportstromen zouden optreden, echter zonder cijfers te geven over het percentage geïmporteerde producten van de totale omzet in een gegeven land. Het feit dat producten worden uitgevoerd, sluit overigens niet uit dat de markt een nationaal karakter heeft, mits op grond van andere factoren kan worden geconcludeerd dat vraag en aanbod op nationale schaal worden afgestemd, zoals in het onderhavige geval gebeurt.
453. Wat de bewering van de partijen in hun memorie van antwoord dat de referentienummers van verkochte producten in verschillende landen dikwijls gelijk zijn, is het voldoende erop te wijzen dat uit de door de partijen verstrekte gegevens blijkt dat de referentienummers die Legrand in verschillende lidstaten verkoopt, onderling aanzienlijk uiteenlopen. Van de vijf meest verkochte nummers in Frankrijk komt er bijvoorbeeld maar één voor bij de vijf die in drie andere landen het meest worden verkocht (het betreft hier de Beneluxlanden), en twee van die nummers komen in geen enkel ander land op de lijst voor. Bovendien blijkt uit de geconstateerde prijsverschillen dat er vanuit de vraagzijde geen arbitrage van betekenis plaatsvindt.

454. In dit verband dient te worden opgemerkt dat de partijen in hun antwoord toelichten dat fabrikanten naast het aanbod in hun catalogus ook producten op maat leveren. Dat maakt het voor fabrikanten en afnemers (inbouwers) van transformators noodzakelijk nauwe banden te onderhouden. Aangezien echter de fabrikanten van transformators zowel als de inbouwers veelal kleine en middelgrote bedrijven zijn die niet over inkoop- of verkoopstaven in een aantal landen beschikken, beperkt de noodzaak zulke nauwe relaties te onderhouden de mogelijkheid van afnemers om bij fabrikanten in andere landen te kopen.
455. De Commissie concludeert op grond hiervan dat de markten van transformators en voedingen beide een nationaal karakter hebben.

B.6 Besturings- en signaleringscomponenten

B.6.1 Productmarkt

456. De partijen onderscheiden een markt van producten voor besturings- en signaleringscomponenten. Het betreft mechanische verbindingscomponenten met als functie de bediening van apparatuur. De productmarkt zoals die door de partijen is afgebakend omvat de volgende productcategorieën:
- drukknoppen, dat wil zeggen bedieningscomponenten met een schakelaar die wordt bediend door middel van een lichamelijke actie, meestal van een vinger of handpalm, waarmee druk moet worden uitgeoefend, en die terugveren als ze worden losgelaten;
 - draaischakelaars, gekenmerkt door een reeks schakelposities van het drukknoptype die met de hand worden ingeschakeld door een draaibare knop;
 - impulsdrukknoppen, dat wil zeggen knoppen die door middel van een ondiepe indrukking worden bediend en die verbonden zijn met een printplaat;
 - drukknopkasten, dat wil zeggen metalen of kunststof (polyester) dozen met voorgeboorde openingen bestemd voor de componenten waarmee bediening en besturing van de machinerie plaatsvindt. Afgewerkt levert dit een bedieningspost;
 - toetsenborden, dat wil zeggen mechanische verbindingscomponenten die dienen voor het besturen van de erop aangesloten apparatuur. Een toetsenbord omvat drie hoofdonderdelen:
 - een toetsenconfiguratie;
 - een elektronische schakeling voor het verwerken en doorgeven van de informatie;
 - een koppelingsinterface;
 - membraantoetsenborden, dat wil zeggen op speciale wijze uitgevoerde toetsenborden waarbij de bediener alleen het membraan aanraakt en het paneel afgestemd kan worden op de behoeften van de eindgebruiker;

- nokkenschakelaars, dat wil zeggen besturingscomponenten die door middel van een draaiknop worden bediend en waarmee zo één of meer elektrische circuits worden geselecteerd;
- lastscheiders met draaiknop, dat wil zeggen mechanische besturingscomponenten waarmee stromen kunnen worden ingeschakeld, doorgevoerd en verbroken onder normale omstandigheden van het elektriciteitsnet. Dit type schakelaars moet voldoen aan geldende scheidingsvoorschriften;
- zwenkschakelaars, dat wil zeggen besturingscomponenten met een bedieningshandel waarvan de uitslag (hoekverandering) de besturing bepaalt;
- signaallampen, dat wil zeggen signaleringscomponenten met een lichtgevende kop (lampje) waarvan de kleur het bedienend personeel informeert over de werking van de machine. Aan de onderzijde voorzien van elektrische aansluitingen voor de elektrische voeding. Een signaallamp kan ingebouwd zijn in een drukknop, wat dan een verlichte drukknop levert.

457. De verschillende hierboven beschreven soorten producten worden onderverdeeld op basis van de verscheidene borings- of inbouwdiameters: 12 mm, 16 mm, 22 mm en 30 mm, overeenkomstig IEC- en CENELEC-normen.¹⁵¹ De diameter van 30 mm is daarvan de oudste en de toepassing ervan was vooral gangbaar in de ijzer- en staalindustrie. Hiermee kunnen robuuste componenten worden gemaakt. Nadien hebben de ontwikkelingen in de productietechniek en de voorkeur van gebruikers voor kleinere machines tot de ontwikkeling van kleinere diameters geleid. De partijen stellen¹⁵² dat momenteel de diameter van 30 mm meer en meer wordt vervangen door de diameter van 22 mm. Die van 16 mm en 22 mm, zouden met hun meer kwetsbare constructie vooral worden toegepast bij elektronische apparatuur in beschermde omgevingen. Zo zou de maat 16 mm steeds meer ingang vinden voor de hiervoor genoemde toetsenborden en membraantoetsenborden.

458. De partijen stellen dat het bij deze verschillende producten om één productmarkt gaat omdat ze alle voor dezelfde functie dienen, te weten het verzorgen van de interface tussen mens en machine. Nauwkeuriger gesteld, deze producten zijn bestemd voor inbouw in bedieningspanelen van motoren met een gering vermogen en regelsystemen.¹⁵³ Volgens de partijen zijn ze grotendeels substitueerbaar aan de vraagzijde. Alle besturings- en signaleringscomponenten zouden in principe bruikbaar zijn en onderling kunnen worden vervangen, en de keuze van een fabrikant voor een gegeven model zou in wezen te maken hebben met de prioriteiten van de eindafnemers in termen van uiterlijk, ruimtebeslag en gewoonten.¹⁵⁴ De partijen voegen hieraan toe dat deze producten ook aan de aanbodzijde substitueerbaar zijn. Ze hebben zonder uitzondering een elektromechanische constructie. Alleen voor de ingewikkeldste

¹⁵¹ IEC en EN 60947-5-1.

¹⁵² Antwoord van de partijen op vraag 29 van de vragenlijst van 15 maart 2001.

¹⁵³ Aanvulling op formulier CO, blz. 15.

¹⁵⁴ Antwoord van de partijen op vraag 291 van de vragenlijst van 6 april 2001.

membraantoetsenborden moet de producent daarnaast beschikken over competentie op het gebied van zeefdruk.¹⁵⁵

459. De exacte definitie van de markt van componenten voor besturings- en signaleringscomponenten kan in het onderhavige geval open blijven, want hoe de betrokken markt ook wordt afgebakend, de voorgestelde transactie brengt dezelfde problemen met zich mee ten aanzien van de concurrentie.

B.6.2 Geografische markt

460. De partijen zijn van oordeel dat het bij componenten voor besturings- en signaleringscomponenten om een markt van Europese of zelfs mondiale omvang gaat. Zij baseren die opvatting allereerst op het feit dat deze producten bestemd zijn voor inbouw in industriële machines die in dezelfde uitvoering over de hele wereld worden verkocht. De export van de industriële machines zou overigens bij componenten voor besturings- en signaleringscomponenten meer en meer de toepassing in de hand werken van de inbouwdiameter van 22 mm. De partijen merken hierbij op dat voor een gegeven functie, inbouwdiameter en technische specificatie in Europa slechts één passend product op de markt wordt gebracht, zoals wordt geïllustreerd door het feit dat in de productencatalogussen die in de diverse lidstaten worden uitgebracht dan eenzelfde referentienummer wordt gehanteerd.¹⁵⁶ Verder stellen de partijen dat het normenkader voor deze producten voor heel Europa geldt en volledig geharmoniseerd is. Bovendien zouden er in het geheel geen specifieke nationale kenmerken of kwaliteitskeuren bestaan.

461. In de volgende punten wordt echter geconcludeerd dat de geografische markten een nationaal karakter hebben.

De prijzen van componenten voor besturings- en signaleringscomponenten verschillen aanzienlijk tussen de lidstaten

462. Uit de analyse van de door de partijen gehanteerde prijzen blijkt dat er aanzienlijke prijsverschillen van lidstaat tot lidstaat optreden. De prijzen van de vijf in de EER-lidstaten meest verkochte referentienummers van Schneider op het gebied van componenten voor besturing en signalering vertonen bijvoorbeeld aanmerkelijke verschillen, zoals te zien is in de onderstaande, op gegevens van het bedrijf gebaseerde tabel.¹⁵⁷ Deze vijf nummers vertegenwoordigen vijf verschillende soorten componenten voor besturings- en signaleringscomponenten, en ze kunnen daarom worden beschouwd als representatief voor het totaal van de componenten voor besturing en signalering.

Tabel 25

¹⁵⁵ Antwoord van de partijen op vraag 290 van de vragenlijst van 6 april 2001.

¹⁵⁶ Antwoord van de partijen op vraag 70 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

¹⁵⁷ Bijlage Schneider bij het antwoord op vraag 33 van de vragenlijst van 15 maart 2001.

Referentienummer	Land met de hoogste prijs Gem. prijs in dit land in 1999 (EUR)	Land met de laagste prijs Gem. prijs in dit land in 1999 (EUR)	Prijsverschil (in %)
[...]* (drukknop)	Ierland [*]*	België [*]*	[*]*
[...]* (draaischakelaar)	Ierland [*]*	Verenigd Koninkrijk [*]*	[*]*
[...]* (signaallicht)	Verenigd Koninkrijk [*]*	Italië [*]*	[**]*
[...]* (drukknopkast)	Ierland[***]*	Duitsland [**]*	[**]*
[...]* (schakelaar)	Nederland [**]*	België [*]*	[**]*

Bron: partijen.

[Niet-vertrouwelijke versie: * = 0-50 ; **=50-100; ***=100-150, enz.]*

463. In het algemeen komt uit de door Schneider verstrekte gegevens¹⁵⁸ naar voren dat (i) er tussen de EER-lidstaten, ook tussen buurlanden, aanzienlijke prijsverschillen bestaan voor producten met eenzelfde referentienummer, en (ii) deze verschillen, ofschoon van jaar tot jaar sterk schommelend, over de hele periode bezien aanzienlijk blijven. Tussen Frankrijk en Duitsland bijvoorbeeld lag het prijsverschil in 1999 tussen [0-40]*% (voor nummer [...]*) en [20-60]*% (voor nummer [...]*), en in 1997 lag het tussen [0-40]*% (voor nummer [...]*) en [10-50]* % (voor nummer [...]*). Evenzo lag het verschil tussen de prijzen in Frankrijk en Spanje in 1999 tussen [0-40]*% (voor nummer [...]*) en [10-50]*% (voor nummer [...]*), terwijl dit in 1997 bij deze twee landen tussen [0-40]*% (voor nummer [...]*) en [20-60]*% (voor nummer [...]*) lag.
464. Verder is het interessant om vast te stellen dat de prijsverschillen tussen andere buurlanden in de loop van de onderzochte periode zijn toegenomen. Zo lag het prijsverschil tussen Duitsland en België in 1999 tussen [0-30]*% (voor nummer [...]*) en [30-60]*% (voor nummer [...]*), en bedroeg dit in 1997 tussen [0-30]*% (voor nummer [...]*) en [10-40]*% (voor nummer [...]*).
465. Dezelfde conclusie kan worden getrokken uit een analyse van de verkoopprijzen van componenten voor besturing en signalering die tussen 1995 en 2000 in verschillende EER-lidstaten op de markt zijn gebracht door Baco, een dochteronderneming van Legrand.
466. Algemeen gesteld komt uit de door Legrand aangeleverde gegevens¹⁵⁹ naar voren dat (i) er aanzienlijke prijsverschillen bestaan tussen de EER-lidstaten, zelfs tussen buurlanden, en (ii) deze verschillen ofschoon schommelend, over de hele onderzochte periode gezien aanzienlijk blijven. Zo lagen de prijsverschillen tussen Frankrijk en zijn buurlanden (Duitsland, België, Italië en Spanje) in 2000 tussen [30-60]*% (België) en [50-80]* % (Italië), en in 1995 lagen deze prijsverschillen tussen [30-60]*% (België) en [60-90]*% (Italië). Ook is het interessant vast te stellen dat de prijsverschillen tussen bepaalde

¹⁵⁸ Bijlage Schneider bij het antwoord op vraag 33 van de vragenlijst van 15 maart 2001.

¹⁵⁹ Bijlage Legrand bij het antwoord op de vragen 12, 3 en 40 van de vragenlijst van 15 maart 2001.

buurlanden in de loop van de periode zijn toegenomen. Zo is het prijsverschil tussen Spanje en Portugal van [0-30]*% in 1995 gestegen tot [10-40]*% in 2000. Het prijsverschil tussen Duitsland en Oostenrijk van [0-30]*% is in 1995 opgelopen tot [0-30]*% in 2000.

467. De door de partijen op de markt gebrachte componenten voor besturing en signalering lopen dus per EER-lidstaat aanmerkelijk uiteen en de partijen voeren niets aan dat erop kan wijzen dat de situatie bij de concurrentie anders is.
468. In hun memorie van antwoord¹⁶⁰ voeren de partijen aan dat de hierboven beschreven prijsverschillen tussen de lidstaten op het gebied van componenten voor besturing en signalering die de partijen verkopen niet ter zake doen. Bij een aantal van deze prijzen zouden namelijk met kortingen die aan afnemers worden verleend, zijn verdisconteerd (“nettoprijzen”) terwijl dat bij andere niet zou zijn gedaan (“brutoprijzen”). Daardoor zouden de prijzen niet met elkaar te vergelijken zijn.
469. Hierover is allereerst op te merken dat overeenkomstig vraag 33 van de vragenlijst van 20 maart 2001 de partijen is verzocht voor elk van de categorieën componenten voor besturing en signalering die zij in de EER-lidstaten op de markt brengen de “gefactureerde prijzen” te verstrekken. Verder hebben de partijen bij hun antwoord op dit verzoek toegelicht dat de aan de Commissie opgegeven prijzen overeenkwamen met de “gemiddelde gehanteerde prijzen” (Schneider)¹⁶¹ en de “gemiddelde verkoopprijzen (Legrand)¹⁶². Het lijkt dus dat de door de partijen opgegeven verkoopprijzen van componenten voor besturing en signalering onderling vergelijkbare nettoprijzen zijn, dus na aftrek van prijsreducties of volumekortingen.
470. Verder verklaren de partijen¹⁶³ dat de omzetverschillen bij de diverse soorten componenten voor besturing en signalering het optreden van prijsverschillen objectief rechtvaardigen. Bij dit argument gaan zij impliciet uit van de gedachte dat het bedrag van de prijsreducties en volumekortingen die zij verlenen bij elke verkoop, per lidstaat verschilt, wat dan de geconstateerde verschillen in gemiddelde verkoopprijzen zou verklaren. Hierover zij slechts opgemerkt dat de partijen geen enkele informatie hebben aangedragen waardoor zou kunnen worden vastgesteld dat de gemiddelde omvang van hun orders per lidstaat zou verschillen. In het bijzonder hebben de partijen niet duidelijk gemaakt dat er in bepaalde lidstaten afnemers zijn die veel grotere orders plaatsen dan in andere landen het geval is en dat wegens het systeem van kortingen en volumebonussen de gemiddelde nettoverkoopprijs van producten in dat land dan lager zou moeten zijn. Hoe dit ook zij, als dat het geval is vormt deze situatie een belangrijke extra onderbouwing voor de opvatting dat de markt in kwestie een nationaal karakter heeft.
471. Tenslotte brengen de partijen naar voren dat het onjuist is conclusies te verbinden aan verkoopprijsverschillen van Baco- en Legrand-producten die van lidstaat tot lidstaat optreden, omdat deze twee ondernemingen uitsluitend kleine hoeveelheden verkopen en

¹⁶⁰ Punt 774.

¹⁶¹ Antwoord van Schneider op vraag 33 van de vragenlijst van 20 maart 2001.

¹⁶² Blz. 1 van het document van Baco, verstrekt als bijlage bij het antwoord van Legrand op de vragen 12, 34 en 40 van de vragenlijst van 20 maart 2001.

¹⁶³ Punt 776 van de memorie van antwoord in reactie op de mededeling van punten van bezwaar.

dan nog bijna alleen in Frankrijk. Wat Schneider aangaat, op EER-niveau de onbetwiste marktleider op het gebied van componenten voor besturing en signalering met een marktaandeel van [20-30]*% en actief in bijna elk van de lidstaten, vormen de geconstateerde prijsverschillen echter een bijzonder significante aanwijzing voor het bestaan van aanzienlijke prijsverschillen tussen lidstaten. Voor Legrand geldt dat het bedrijf weliswaar alleen in Frankrijk een marktaandeel van betekenis heeft, maar dat het de betrokken producten toch in acht lidstaten op de markt brengt. Het door de partijen aangevoerde gegeven¹⁶⁴ dat deze onderneming niet over een Europese prijsstrategie beschikt, vormt absoluut geen objectieve rechtvaardiging voor de geconstateerde prijsverschillen, maar is een extra indicatie dat de prijzen van componenten voor besturing en signalering worden bepaald op nationaal niveau.

472. De Commissie concludeert derhalve dat de prijzen van componenten voor besturing en signalering tussen de lidstaten onderling aanzienlijk uiteenlopen.

De marktpositie van fabrikanten van componenten voor besturing en signalering loopt per lidstaat aanmerkelijk uiteen

473. De onderstaande, door de partijen verstrekte tabel 26 geeft de marktpositie van de voornaamste fabrikanten van componenten voor besturing en signalering in de diverse EER-lidstaten in 2000.

Tabel 26

¹⁶⁴ Punt 777 van de memorie van antwoord in reactie op de mededeling van punten van bezwaar.

	Schneider	Legrand	Siemens	Moeller	K&N	Rockwell	EAO	ABB	Overige
Oostenrijk	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
België	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*%
Duitsland	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	RAFI [0-10]*% Hoffman [0-10]*%
Denemarken	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Spanje	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE[0-10]*%
Frankrijk	[50-60]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	Entelec [0-10]*%
Finland	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Griekenland	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Italië	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	GE[0-10]*%
Ierland	[10-20]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Nederland	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Portugal	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Verenigd Koninkrijk	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Zweden	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Noorwegen	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	
Totaal EER	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%		

Bron: Partijen.

474. In de bovenstaande tabel is te zien dat de marktposities van fabrikanten van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk verschillen. In het algemeen heeft elke fabrikant in één lidstaat een duidelijk groter marktaandeel dan in de andere lidstaten, ook de buurlanden, waar zijn posities (i) aanzienlijk zwakker zijn en (ii) sterk fluctueren. Zo is het marktaandeel van Schneider in Frankrijk [50-60]*%, maar in de buurlanden niet meer dan [20-30]*% in Spanje, [20-30]*% in België, [20-30]*% in Italië en slechts [0-10]*% in Duitsland. Van Legrand is opmerkelijk dat het marktaandeel ervan alleen in Frankrijk van betekenis is ([0-10]*%) en het bedrijf verder in alle buurlanden ontbreekt, ook in Italië waar het op andere productmarkten toch zeer sterk is vertegenwoordigd. Evenzo is te zien dat Siemens en Moeller, met marktaandelen in Duitsland van respectievelijk [10-20]*% en [10-20]*%, in België maar een half zo groot marktaandeel bezitten (respectievelijk [0-10]*% en [0-10]*%) en in Frankrijk een heel zwakke positie innemen (respectievelijk [0-10]*% en [0-10]*%). Kraus & Naimer, de voornaamste marktpartij in Oostenrijk, heeft

daar een marktaandeel van [10-20]*% en neemt in Duitsland een veel zwakkere positie in ([0-10]*%). Dezelfde constatering geldt voor Rockwell: ([0-10]*% in Oostenrijk en [0-10]*% in Duitsland. Voor de andere ondernemingen op deze productmarkt (EAO, ABB, GE, RAFI, Hoffman, Entrelec) geldt dat de meeste in één lidstaat een marktaandeel van meer dan [0-10]*% in handen hebben, terwijl ze in de andere landen ontbreken of slechts marginaal vertegenwoordigd zijn.

475. In hun memorie van antwoord¹⁶⁵ hebben de partijen aangevoerd dat de hierboven genoemde verschillen in de marktaandelen van de voornaamste concurrenten het gevolg zouden zijn van hetzij historische factoren hetzij het feit dat componenten voor besturing en signalering producten met een lage prijs zijn en de marktpartijen zich beperken tot geografische gebieden waar hun aanwezigheid geen grote marketinginspanningen vereist. Bovendien hebben de partijen erop gewezen dat zes concurrenten aanwezig zijn in meer dan tien EER-lidstaten.
476. Hoe dit ook zij, de vaststelling dat de posities van de voornaamste aanbieders op de markt van componenten voor besturing en signalering per lidstaat sterk uiteenloopt, wordt door de partijen niet bestreden.¹⁶⁶

De distributie van componenten voor besturing en signalering verloopt voornamelijk via nationale kanalen

477. De partijen stellen dat de verkoop van fabrikanten van componenten voor besturing en signalering voor een deel verloopt via de gebruikelijke groothandelaren in elektrische materialen en voor een deel uit rechtstreekse verkoop aan machinebouwers bestaat.¹⁶⁷ De partijen hebben evenwel geen enkele indicatie geleverd omtrent de verdeling van de fabrikanten van deze producten over de twee verkoopkanalen.
478. Uit een intern document van Legrand is echter af te leiden dat Baco [40-50]* % van zijn omzet aan componenten voor besturing en signalering via de distributiekkanalen verkoopt en Legrand 100%.¹⁶⁸ Uit een document van Schneider blijkt dat Mafelec het merendeel van zijn omzet uit rechtstreekse verkoop haalt, terwijl Schneider, Mafelec niet meegerekend, [60-70]*% van zijn orders van de groothandel krijgt.¹⁶⁹ In dit verband zij eraan herinnerd dat Schneider over de hele EER gerekend een marktaandeel van rond [20-30]*% heeft en zodoende marktleider is op dit terrein. Er mag dus geconcludeerd worden dat de verkoop aan de groothandel een belangrijk deel uitmaakt van de markt van componenten voor besturing en signalering, dat afhankelijk van de fabrikant op circa [50-60]*% moet worden geschat.
479. Er is al op gewezen dat de commerciële betrekkingen tussen de groothandel en de fabrikanten van elektrotechnisch materiaal georganiseerd zijn op nationale of zelfs

¹⁶⁵ Punt 784.

¹⁶⁶ Punt 783 van de memorie van antwoord in reactie op de mededeling van punten van bezwaar.

¹⁶⁷ Aanvulling op Formulier CO, blz. 17.

¹⁶⁸ Middellangetermijnplan 2001-2005 Frankrijk, Baco, blz. 20. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

¹⁶⁹ Verslag van het Comité d'Acquisitions van 17 oktober 1997, blz. 6. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

regionale basis, ook als het groothandelaren en fabrikanten van Europees formaat betreft. Deze constatering geldt eveneens voor de markt van componenten voor besturing en signalering, en een belangrijk deel van de handel in deze producten verloopt derhalve via nationale kanalen.

480. In hun memorie van antwoord¹⁷⁰ voeren de partijen aan dat gezien de omvang van de directe verkoop van fabrikanten aan eindafnemers, met name machinebouwers, de nationale opzet van de distributie onvoldoende is om tot een nationale markt voor de betrokken producten te besluiten.
481. Het feit dat enerzijds de helft van de verkoop van componenten voor besturing en signalering op EER-niveau via groothandelskanalen verloopt en anderzijds de relaties tussen deze groothandel en de fabrikanten op nationale leest zijn geschoeid, vormt evenwel een belangrijke aanwijzing voor het nationale karakter van de markt voor de betrokken producten. Deze situatie verklaart minstens ten dele de hiervoor genoemde prijsverschillen en schommelingen in marktaandelen.

Toegangsdrempels

482. In hun memorie van antwoord¹⁷¹ hebben de partijen vele argumenten aangevoerd om aan te tonen dat er voor de markt van componenten voor besturing en signalering geen toegangsdrempels zijn. De voornaamste stellingen die zij hierbij hanteren, zijn de standaardisatie van de producten, de harmonisatie van de normen voor de producten binnen de EER, het ontbreken van nationale kwaliteitskeuren en nationale installatie- of toepassingspraktijken, de Europese productieopzet van de voornaamste fabrikanten, de lage transportkosten, de standaardisatie van de inbouwdiameter op 22 mm en het bestaan van verscheidene merken die op wereldschaal worden gevoerd.
483. Voorlopig is hierover op te merken dat het in het voorgaande geconstateerde voorkomen van aanmerkelijke prijsverschillen van lidstaat tot lidstaat en de uiteenlopende marktaandelen van de fabrikanten twee wezenlijke en op feiten gebaseerde overwegingen vormen die de stelling van de partijen dat de markt van componenten voor besturing en signalering slechts geringe toegangsdrempels kent, weerspreken of op zijn minst sterk verzwakken.
484. Zo blijkt uit het onderzoek van de Commissie dat de markt van componenten voor besturing en signalering wordt gekenmerkt door drie soorten toegangsdrempels. De eerste heeft betrekking op de toegang tot de distributiekkanalen, aangezien de groothandelaren over de hele EER gerekend ongeveer de helft van de totale omzet afnemen. De neiging van de groothandel om het aantal gevoerde merken voor elke categorie elektrotechnische producten terug te dringen, een streven dat uit het onderzoek van de Commissie naar voren komt, resulteert bovendien in een tendens tot verhoging van deze toegangsdrempel. Verder is het veelzeggend dat in een intern document van

¹⁷⁰ Punt 786.

¹⁷¹ Punten 788 en 789.

Legrand¹⁷² de toegang tot de distributiekanaalen bij herhaling als een van de sleutels tot succes op de markt wordt gepresenteerd.

485. Een tweede belangrijke toegangsdrempel wordt gevormd door de noodzaak van een grondige kennis van het andere verkoopkanaal van de betrokken producten: de rechtstreekse verkoop aan machinebouwers - OEM-producenten en integrators. In een intern document van Legrand¹⁷³ wordt dan ook hierover opgemerkt dat een goede kennis van de markt van integrators een eerste vereiste vormt voor succes. Deze markt bestaat uit een groot aantal MKB-ondernemingen, zoals blijkt uit de lijst van de voornaamste klanten van de partijen¹⁷⁴, waardoor het veel investeringen vergt om toegang te krijgen tot deze klantenkring. Dit gegeven wordt overigens erkend door de partijen¹⁷⁵, die stellen dat als gevolg van de geringe waarde van de producten de fabrikanten zich tevreden stellen met een aanwezigheid in de geografische gebieden waar hun afzet maar weinig commerciële inspanningen vergt. Dit verschijnsel wordt overigens nog versterkt door de geringe omvang van diverse fabrikanten. In Duitsland bijvoorbeeld hebben de acht voornaamste aanbieders, de enige die door de partijen worden genoemd, opgeteld een marktaandeel van [50-60]*%. In Finland hebben de zeven voornaamste aanbieders, eveneens de enige die door de partijen worden genoemd, opgeteld een marktaandeel van [50-60]*%.
486. Een derde toegangsdrempel tenslotte hangt samen met het feit dat een aanzienlijk deel van de componenten voor besturing en signalering geen standaardproducten zijn maar speciaal op maat gemaakt moeten worden, uitgaande van specificaties van de machinebouwers. De partijen stellen¹⁷⁶ dat het bij deze specifieke producten noodzakelijk is “een nauwe band tussen producent en machinebouwer” te onderhouden voor het definiëren, uitvoeren en bijstellen. De partijen voegen hier verder aan toe dat deze nauwe band niet noodzakelijkerwijs een fysieke nabijheid verlangt, maar het staat wel vast dat de afzet van op maat gemaakte componenten voor besturing en signalering een extra investering voor het tot stand brengen van deze nauwe relatie vergt die een toegangsdrempel vormt, in het bijzonder voor de kleinere fabrikanten.
487. De Commissie concludeert derhalve dat de relevante geografische markt voor de afzet van componenten voor besturing en signalering een nationaal karakter heeft.

¹⁷² Middellangetermijnplan Baco Frankrijk 2001-2005, blz. 34, 39, 41 en 43. Bijlage 4, verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

¹⁷³ Middellangetermijnplan Baco Frankrijk 2001-2005, blz. 34, 39, 41 en 43. Bijlage 4 verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

¹⁷⁴ Door de partijen verstrekte bijlagen als antwoord op vraag 69 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

¹⁷⁵ Memorie van antwoord, punt 784.

¹⁷⁶ Aanvulling op Formulier CO en antwoord op vraag 30 van de vragenlijst van 20 maart 2001.

C. Analyse van de transactie

C.1 Markten op het gebied van verdelers voor de distributie van elektriciteit

C.1.1 Voornaamste kenmerken van de concurrentie op de betrokken markten

488. Het onderstaande schema, ontleend aan een rapport van de Crédit Suisse First Boston¹⁷⁷, geeft een samenvatting van de kenmerken van de concurrentie op de betrokken markten. In het volgende gedeelte wordt ingegaan op de voornaamste elementen die deze weergave van de marktwerking rechtvaardigen. Hierbij zij opgemerkt dat deze analyse mutatis mutandis eveneens geldt voor andere productmarkten waarop de aangemelde transactie van invloed is, behoudens specifieke factoren die zijn behandeld in de gedeelten over de betrokken producten.

Merkentrouw

489. Zoals het rapport van de Crédit Suisse First Boston¹⁷⁸ vermeldt, “vertonen elektriciens een zeer uitgesproken merktrouw. Ze werken in het algemeen jarenlang met eenzelfde leverancier en hetzelfde merk, soms zelfs gedurende hun hele werkende leven. Dit heeft twee redenen. In de eerste plaats uit vertrouwdeheid: als ze eenmaal aan een product (merk, montagewijze) gewend zijn, is het heel lastig om ze op een ander product te laten overschakelen, zelfs als de prijs daarvan een stuk lager is. En in de tweede plaats hangt hun productenkeuze samen met hun verantwoordelijkheid (als ze eenmaal overtuigd zijn van de veiligheid van de producten die ze als regel gebruiken, zijn ze niet geneigd om goedkopere merken te gaan proberen.)”

490. Ook Legrand geeft aan dat “de bekendheid van installateurs en opdrachtgevers met de producten van Legrand en hun vertrouwen daarin vormt een sleutelfactor bij het handhaven en uitbreiden van de concurrentiepositie van Legrand. [...] * Herhaalde toepassing van Legrand-producten door de installateurs en opdrachtgevers versterkt de positie van Legrand en biedt ons een belangrijk concurrentievoordeel.”¹⁷⁹

491. Het door de Commissie verrichte onderzoek en de door de partijen verstrekte gegevens bevestigen dat installateurs en paneelbouwers een uitgesproken trouw aan de dag leggen tegenover de merken die ze gewend zijn te gebruiken. Anderzijds komt uit het onderzoek van de Commissie ook naar voren dat die merktrouw niet absoluut is. De veiligheid en onmiddellijke leverbaarheid van producten lijken voor installateurs en paneelbouwers absolute vereisten zijn en spelen bij hun productenkeuze zelfs nog een belangrijker rol dan het merk. Hieruit volgt dat zolang een merk een goede kwaliteit en voldoende snelle leverbaarheid garandeert, het kan blijven rekenen op de sterke merktrouw van de vaste afnemers. Voor de concurrentie is het verre van eenvoudig die afnemerskring aan zich te binden, ook al biedt men producten aan van betere kwaliteit en/of lagere prijs. Anderzijds geldt dat als een merk niet langer aan de eerste vereisten van de installateurs

¹⁷⁷ Rapport Crédit Suisse First Boston inzake Legrand (11 september 2000).

¹⁷⁸ Rapport Crédit Suisse First Boston inzake Legrand (11 september 2000).

¹⁷⁹ Legrand, Form 20-F SEC.

en paneelbouwers voldoet of kwalitatief bij de concurrentie achterblijft, het snel het vertrouwen van zijn installateurs en paneelbouwers kan verliezen en het zal dan moeilijk zijn om dat terug te winnen.

492. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt overigens dat de voornaamste fabrikanten ernaar streven deze merkentrouw te koesteren en versterken, meestal door middel van nabijgelegen verkooppunten, met hulpmiddelen voor het ontwerpen en calculeren van elektrische installaties waarin hun producten worden toegepast (in het bijzonder computerprogrammatuur), door het installeren van hun producten zo eenvoudig mogelijk te maken, door het aanbieden van cursussen, enz. Deze investeringen in marketing en relatiebeheer maken overigens vaak een aanzienlijk deel van de kosten van de merken uit: soms tot [10-30]*% van de nationale omzet.
493. In hun memorie van antwoord stellen de partijen dat de Commissie de merkentrouw overschat, vooral op het gebied van verdelers. Zij vinden met name dat de Commissie aan deze markt kenmerken toeschrijft die veeleer gelden voor de markt van producten voor einddistributie, en dat de Commissie een “bijna absolute” merkentrouw aanwezig acht waar die trouw in werkelijkheid maar bescheiden is. Volgens de partijen, die zich daarbij baseren op uitkomsten van de door het bureau NERA uitgevoerde onderzoek, is de merkentrouw betrekkelijk zwak.
494. De Commissie ontkent dat ze heeft geconcludeerd dat er sprake is van een “absolute merkentrouw”. Het is juist het betrekkelijke, onderhoud vergende karakter van de merkentrouw dat de omvangrijke inspanningen van de fabrikanten op dit gebied verklaart en dat door de Commissie in haar mededeling van punten van bezwaar naar voren is gebracht. Samenvattend stelt de Commissie dat de merkentrouw de vereiste investering voor het winnen van nieuwe afnemers verhoogt en dus een significante toegangdrempel voor toetreding tot de markt vormt. Hij verhoogt eveneens de tolerantiegrens van de afnemers als een leverancier in prestaties licht achterblijft bij de concurrentie dan wel iets hogere prijzen vraagt dan de andere aanbieders, een verschijnsel waardoor expansie op een markt, en ook de teruggang van reeds gevestigde merken op een gegeven markt wordt vertraagd. Omdat echter de merkentrouw, zoals de partijen onderstrepen, “betrekkelijk” is, zal een gevestigde leverancier zijn marktpositie niet kunnen handhaven zodra de technische en economische prestaties van zijn producten te zeer achterblijven bij die van de andere leverbare merken.
495. De analyse van de partijen volgens welke er maar een zwakke merkentrouw bestaat, wordt weersproken door het onderzoek van de Commissie, dat aantoonde dat ook op het terrein van verdelers sprake is van een aanzienlijke merkentrouw. Dit komt overeen met de visie die de partijen meermalen zelf hebben geuit, eerst in het CO-formulier (“zijn doorgaans trouw aan één merk en kopen de complete set benodigdheden ervoor van één fabrikant, omdat dit de montage van het paneel vergemakkelijkt, de producten visueel bij elkaar passen, het de goede werking van de apparatuur bevordert en zij vertrouwen hebben in de technische kwaliteit van de fabrikant”¹⁸⁰), daarna in de antwoorden op latere vragenlijsten (“Schneider en Legrand bieden hun [eindverdelers]* via de

¹⁸⁰ P. 54 - Formulier CO.

distributiekkanalen aan de installateurs aan. Deze zijn in het algemeen trouw aan het merk dat ze gewend zijn te gebruiken.”¹⁸¹)

496. De Commissie is verder van mening dat gezien de uitkomsten van haar onderzoek de resultaten van de door NERA verrichte studie onvoldoende zijn om het belang van de merkentrouw in twijfel te trekken. NERA baseert zich namelijk op de aanwezigheid en de omvang van promotionele inspanningen om het bestaan aan te tonen van sterke prijsconcurrentie tussen fabrikanten.
497. In de eerste plaats merkt de Commissie op dat de fabrikanten dikwijls substantiële kortingen (tussen [10-30]* %) verlenen, wat erop duidt dat de kosten van het winnen van nieuwe afnemers (en dus de merkentrouw) eveneens substantieel zijn.
498. In de tweede plaats maakt het door NERA uitgevoerde onderzoek het niet mogelijk de merkentrouw te beoordelen, want er blijkt weliswaar een sterke toename van de verkoop tijdens promotieacties uit, maar het is niet duidelijk in hoeverre deze extra verkoop ten koste gaat van andere fabrikanten. De stijgingen in de verkoop van producten die in de aanbieding zijn kan dus eenvoudig betekenen dat de groothandel extra voorraad inslaat (of dat de installateurs die bij hetzelfde merk blijven, het materiaal voor later gebruik tegen de lagere prijzen aanschaffen); het kan ook zijn dat deze toename ten koste gaat van andere referentienummers van dezelfde fabrikant (tegenover de toegenomen verkoop van de modellen die in de aanbieding zijn, staat een vermindering van de verkoop van andere, vergelijkbare producten van de fabrikant waarvoor geen speciale actie loopt). Deze twee verklaringen worden bij nader onderzoek van de uitkomsten van NERA heel aannemelijk. Namelijk [...]*. Dit wijst dus op het bestaan van een zeer grote merkentrouw.
499. De Commissie houdt daarom vast aan haar mening dat in lijn met de uitkomsten van het eigen onderzoek een significante merkentrouw bestaat op het gebied van de verdelers voor elektriciteitsdistributie waarop de mededeling van punten van bezwaar betrekking heeft. Hoe dit ook zij, de Commissie onderstreept dat de mate van merkentrouw voor het analyseren van machtspositie niet ter zake doet. Het enige gevolg van de merkentrouw is namelijk, zoals eerder is aangegeven, dat er hogere kosten gemoeid zijn met het winnen van nieuwe afnemers en dat de teruggang van gevestigde merken waarvan de prestaties achteruitgaan, minder snel verloopt. Maar zoals hierna nog aan de orde komt, hangen de overwegingen die tot de conclusie leiden dat de transactie tot een machtspositie leidt, met name samen met het feit dat de gefuseerde entiteit een marktpartij is waar men niet omheen kan en die in staat is zijn bestaande posities te versterken en de concurrentie te verzwakken door herindeling van eigen merken en nauwe betrekkingen met groothandel. Een geringere merkentrouw zou betekenen dat de concurrenten minder goed in staat zijn zich blijvend staande te houden tegenover de gefuseerde entiteit en zou dus de gevolgen van de transactie kunnen versnellen of versterken.

Het belang van merken

500. De hierboven geschetste overwegingen verklaren twee andere belangrijke kenmerken van de sector: het belang van merken en het streven naar zo uitgebreid mogelijke productengamma's.

¹⁸¹ Antwoorden op vragenlijst artikel 11 van 28 februari 2001, blz. 11

501. De voornaamste fabrikanten verkopen hun producten onder één of meer merken, afhankelijk van het land en het soort producten. Zo hebben de partijen elk in totaal meer dan tien merken, met uiteenlopende geografische dekking. Bijlage 2 van dit document geeft een overzicht van deze merken.
502. Uit het door de Commissie uitgevoerde onderzoek komt naar voren dat de merken een van de hoofdaspecten vormen van de concurrentie tussen fabrikanten. Zoals de partijen toelichten¹⁸² is het merk min of meer het garantiezegel op een product. Dit effect is te verklaren uit de criteria van degenen die de keuze bepalen: de installateurs en paneelbouwers van middelgroot formaat. Het zijn de merken waarop de relatie tussen fabrikanten en hun afnemers gebaseerd is, want deze garanderen de kopers dat elk product de kwaliteiten (wat betreft veiligheid, gemakkelijke montage, enz.) bezit die zij gewend zijn.
503. De aantrekkelijkheid van een merk is het resultaat van gerichte commerciële activiteiten in het veld, van investeringen in promotie en relatiebeheer en de O&O-inspanningen van fabrikanten ten behoeve van installateurs. De betekenis van een merk kan dus ook worden beoordeeld aan de hand van de omvang van deze uitgavenposten, die kunnen oplopen tot [10-30]*% (voor marketing) en [0-20]*% (voor O&O) van de jaaromzet. Zoals interne documenten van de partijen bevestigen, biedt dit waarschijnlijk de verklaring voor het grote aantal merken dat de partijen voeren en handhaven - het opheffen van een merknaam kan ten koste gaan van de band met installateurs en het voordeel van de reeds in het verleden gedane investeringen in goede relaties teniet doen.
504. Het belang dat men aan merken hecht kan uiteraard van sector tot sector en ook van fabrikant tot fabrikant uiteenlopen. Zo is de rol ervan veel groter voor materialen waarvan de keuze ligt bij installateurs en middelgrote paneelbouwers (dat wil zeggen voor onderverdelers, eindverdelers en producten voor einddistributie voorbij de eindverdelers), die in het algemeen meer trouw zijn aan een merk, dan voor producten (met name hoofdverdelers) die door de grote paneelbouwers of hun opdrachtgevers worden voorgeschreven en ingekocht. In overeenstemming hiermee zullen fabrikanten meer of minder investeren in hun merken, afhankelijk van het soort verkochte apparatuur en hun klantenkring (vooral gericht op toepassingen in kantoor- of woningbouw of daarentegen juist op projecten in de industriële sector).
505. Uit het door de Commissie uitgevoerde onderzoek blijkt nu dat het merk voor installateurs nog altijd een van de voornaamste keuzecriteria is. Hierbij dient te worden opgemerkt dat het belang van merken een hoge drempel vormt bij de toegang tot de markt en ook bij de diversificatie, want installateurs zullen meestal slechts producten kiezen van de best bekende en gemakkelijkst verkrijgbare merken en dus de producten mijden van fabrikanten die ze slecht kennen. Zoals Legrand aangeeft¹⁸³ “hebben fabrikanten die er niet voldoende om bekend staan dat ze over lange termijn een kwalitatief goed, breed productengamma kunnen aanbieden, te kampen met aanzienlijke handicaps, omdat elektriciens en opdrachtgevers niet gauw bereid zijn nieuwe producten uit te testen waarvan de doelmatigheid niet vaststaat.”

¹⁸² Antwoord op de vragenlijst van 29 juni (vraag 106).

¹⁸³ Legrand, Form 20-F SEC.

506. Dit ontbreken van vraag vormt eveneens een hindernis voor nieuwe marktdeelnemers die banden willen aangaan met de groothandelaren, want deze zijn huiverig voor het opnemen van hun producten in de catalogus. Bepaalde fabrikanten, als Moeller¹⁸⁴, hebben tevens aangegeven dat de toegang tot de groothandel niet kan slagen zonder een bekende merknaam. De weerstand van de groothandel tegen het in voorraad nemen van producten van weinig bekende merken maakt het nieuwkomers op de markt nog moeilijker, want het beperkt de leverbaarheid van hun producten en dus hun aantrekkelijkheid voor de installateur.
507. Uit het door de Commissie uitgevoerde onderzoek blijkt verder dat de omvang van het door een fabrikant aangeboden productengamma een tweede belangrijke succesfactor vormt. Dit wordt overigens bevestigd door de partijen, die aangeven dat (i) een fabrikant om serieus te worden genomen op het gebied van onder- en eindverdelers, een compleet aanbod van componenten moet bieden (behuizingen, zekeringen, automaten, aardlekbeveiligingen, bedieningscomponenten, enz.) dat voor deze verdelers nodig is, en dat (ii) het bij de materialen voor einddistributie voor de fabrikant noodzakelijk is om een volledig productengamma te bieden. De grote fabrikanten (zoals Schneider, Legrand, ABB, Siemens en GE) bieden daarom elk een assortiment van meer dan 2 000 referentienummers voor componenten van onderverdelers en meer dan 5 000 nummers voor componenten van eindverdelers. De productcatalogussen van grote fabrikanten van producten voor einddistributie (voorbij de eindverdelers) en daarop aan te sluiten voorzieningen omvatten eveneens enkele duizenden nummers.
508. Uit de antwoorden van concurrenten en groothandelaren komt naar voren dat de fabrikanten hun productenaanbod willen uitbreiden, en wel om verschillende redenen. Enerzijds zouden ze hiermee tegemoetkomen aan de wens van de groothandelaren die om hun eigen kosten te reduceren hun aantal leveranciers willen terugdringen of althans de voorkeur geven aan fabrikanten met een zeer omvangrijk assortiment. Anderzijds biedt een breed productenpakket fabrikanten de mogelijkheid de kosten voor hun logistieke inspanning (om goede beschikbaarheid en korte levertermijnen van hun producten te waarborgen), voor promotie en relatiebeheer (cursussen voor installateurs, deelname aan beurzen, enz.), voor het ontwikkelen bij elkaar passende uitvoeringen, voor O&O, enz. over een grotere omzet te kunnen spreiden.
509. De noodzaak om op het gebied van verdelers voor elektriciteitsdistributie een volledig productengamma te kunnen bieden, kan ook worden verklaard door het feit dat het mogelijk moet zijn een groot aantal verschillende configuraties te maken om panelen te bouwen die precies zijn afgestemd op elke afzonderlijke installatie. Fabrikanten zijn dus verplicht een volledig gamma daarvan in hun pakket op te nemen (in termen van modellen, prestaties, enz.). Bovendien geldt voor hoofd- en onderverdelers dat de componenten die door een gegeven fabrikant worden aangeboden, niet altijd geschikt zijn voor of gemakkelijk aan te brengen zijn op panelen van de concurrentie. Gezien de speciale kenmerken van elk merk (op punten als prestaties, montagewijze, afmetingen, enz.) zou het voor paneelbouwers en installateurs kostbaar zijn (opleidingstijd enz.) te investeren in fabrikanten die niet alle producten leveren die zij nodig hebben voor het totaal van hun opdrachten.

¹⁸⁴ Moeller, antwoord op vragenlijst fase I.

510. Net als de merknaam vormt deze noodzakelijke omvang van het productengamma een belemmering voor nieuwkomers en voor fabrikanten die willen diversifiëren, aangezien ze hun afnemers immers van meet af een zeer breed assortiment moeten bieden.

Toegangsdrempels

511. Een nieuwkomer op de betrokken markten zou moeten starten bij nul, een vraag moeten opwekken, toegang moeten zien te krijgen tot de groothandel en de concurrentiedruk van de gevestigde leveranciers moeten weerstaan.

512. Naast deze belemmeringen wordt een nieuwkomer geconfronteerd met een reeks specifieke drempels. In de eerste plaats moeten nieuwkomers absoluut een compleet productengamma bieden om daarmee te trachten het vertrouwen te winnen van enkele paneelbouwers en installateurs, voordat zij zelfs maar mogen hopen op een plaats bij de groothandel.

513. Vanuit dit gezichtspunt gezien lijkt een mogelijke nieuwkomer alleen denkbaar als het een leverancier betreft die al een gevestigde positie heeft verworven in het betrokken land en die een uitbreiding naar het gebied van onder- of eindverdelers nastreeft, ofwel een buitenlandse fabrikant die al over een volledig gamma van componenten voor onder- en eindverdelers beschikt.

514. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt verder dat de eerste optie niet uitvoerbaar is. Bij wijze van voorbeeld: de door de partijen verstrekte gegevens tonen aan dat om installatie- of kleine automaten concurrerend te kunnen produceren, een investering van de orde van [20-50]* miljoen EUR en een ontwikkeltijd van [1-5]* jaar vereist is. Voor onderverdelers lijken de moeilijkheden nog groter, omdat die technisch ingewikkelder zijn. Zo geeft Schneider aan dat de ontwikkeling van zijn meest recente installatieautomaat bijna [400-1 200]* miljoen EUR heeft gekost voor onderzoek en het opzetten van de productielijn. Zelfs als we aannemen dat de potentiële nieuwkomer al actief is op aangrenzende markten (bijvoorbeeld een leverancier van onderverdelers die ook hoofdverdelers wil gaan leveren), moet hij investeringen doen voor het aanpassen en uitbreiden van de productiemiddelen en rekenen op een voorbereiding van zeker enkele jaren.

515. Het onderzoek van de Commissie bevestigt dat een nieuwkomer in de vorm van een buitenlandse fabrikant geen kans maakt. In dit geval liggen de toegangsdrempels niet zozeer aan de productiezijde als wel aan de vraagzijde. Zoals hierboven al is toegelicht, staat de nieuwkomer dan voor de opgaven op de nieuwe markt een vraag op te wekken en voldoende toegang te krijgen tot de groothandel. In de praktijk begint een nieuwkomer volgens de partijen in het algemeen met rechtstreekse verkoop aan paneelbouwers om zo tot een vraag te creëren die het mogelijk maakt zijn aanbod aan te bieden aan de groothandel opdat hij daar geleidelijk een plaats verovert. Deze noodzaak om in twee stappen na elkaar te werken, houdt in dat deze aanpak voor eindverdelers weinig kans lijkt te maken, want die producten worden grotendeels geselecteerd door installateurs en die zijn trouw aan de merken die ze gebruiken en verlangen een onmiddellijke leverbaarheid van de producten (en dat kan alleen als ze bij de groothandel verkrijgbaar zijn). Hieruit blijkt wel dat een potentiële nieuwkomer zelfs bij eindverdelers pas na een flink aantal jaren een significante concurrentiedruk kan gaan uitoefenen.

516. In hun memorie van antwoord wijzen de partijen op de recente komst van Gewiss op de markt van eindverdelers, als bewijs dat de hierboven uiteengezette analyse niet klopt. De Commissie meent dat dit voorbeeld niet weerspreekt dat er hoge toegangsdrempels zijn. Gewiss heeft zich namelijk enerzijds kunnen uitbreiden dank zij de stevige posities die het bedrijf al innam op de Italiaanse markt van einddistributiematerialen voor installateurs. Vanuit een bestaande afnemersbasis en met een grotendeels al gevestigde positie binnen de groothandel heeft Gewiss niet te kampen gehad met de voornaamste hierboven beschreven drempels, waardoor het bedrijf in de best denkbare startpositie verkeerde voor de markt van eindverdelers. Bovendien heeft het belemmeringen op het terrein van ontwikkeling en productie weten op te vangen door bepaalde producten (met name automaten) van ABB te betrekken. Ondanks die op zich gunstige uitgangssituatie heeft Gewiss in Italië op het gebied van kleine automaten voor onder- en eindverdelers echter nog niet meer dan [0-10]*% marktaandeel. Dit voorbeeld bevestigt dus dat het zelfs concurrenten die al een solide positie hebben, vele jaren kost voordat zij op een nieuw segment een concurrentiedruk van betekenis kunnen uitoefenen. Dat geeft een indicatie van de omvang van de moeilijkheden die een nieuwkomer kan verwachten die vanuit een minder gunstige positie moet starten.

Geringe prijsgevoeligheid aan de vraagzijde

517. Zoals het rapport¹⁸⁵ van de Crédit Suisse First Boston aangeeft en ook uit interne documenten van de partijen¹⁸⁶ naar voren komt, wordt de vraag naar elektrische materialen in hoofdlijn bepaald door bouw- en renovatieprojecten in de industrie, de tertiaire sector en de woningbouw. De beslissing om zulke projecten te starten wordt evenwel niet beïnvloed door de prijs van de elektrische materialen, die veelal slechts een bescheiden deel van de totale projectprijs uitmaakt (gezien de kosten van metsel-, schilder-, loodgieterswerk, enz.). Bovendien vertegenwoordigen de kosten van de elektrische materialen dikwijls niet meer dan 20% van de totale installatiekosten (de overige 80% is hoofdzakelijk arbeid). Een verhoging van alle materiaalprijzen van de installatie zou dus maar een geringe invloed hebben (of zelfs helemaal niets uitmaken) op de vraag naar deze materialen.

518. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen deze geringe prijsgevoeligheid van de vraagzijde. Zij baseren zich daarbij op de uitkomsten van het door NERA uitgevoerde onderzoek, waaruit blijkt dat een promotieactie met betrekking tot een bepaald product tot een verhoging van de verkoop van dat product leidt (op zijn minst gedurende de termijn van de actie).

519. De Commissie kan deze analyse niet onderschrijven. In de eerste plaats merkt zij op dat de partijen de elasticiteit van de markt (die bepaalt in hoeverre een hypothetische monopolist op winstgevende wijze de prijs kan verhogen) verwarren met de kruiselasticiteit tussen fabrikanten (die weergeeft in hoeverre een gegeven fabrikant concurrentiedruk ondervindt van een andere fabrikant). Deze twee elasticiteiten zijn maten voor uiteenlopende concurrentiedrukken: de totale elasticiteit van de markt weerspiegelt de concurrentiedruk die op alle producten van de markt wordt uitgeoefend door producten van buiten de markt, terwijl de kruiselasticiteit de druk weergeeft die een

¹⁸⁵ Rapport Crédit Suisse First Boston inzake Legrand (11 september 2000).

¹⁸⁶ Legrand, middellangetermijnplannen en Schneider, driejarenplannen.

gegeven product ondervindt van een ander product van dezelfde markt. Om een voorbeeld te nemen, de elasticiteit van de markt voor automaten geeft aan welk percentage automaten niet langer zou worden verkocht als de prijs ervan met 1% wordt verhoogd. De kruiselasticiteit tussen de fabrikanten A en B geeft aan welk percentage A aan omzet verliest als B de prijs van zijn automaten met 1% verlaagt. Op markten met gedifferentieerde producten, zoals hier het geval is, is het zonder meer mogelijk dat de totale elasticiteit sterk afwijkt van de kruiselasticiteit tussen fabrikanten. De argumenten van de partijen aangaande een sterke kruiselasticiteit vormen dan ook op geen enkele wijze een weerlegging van de analyse van de Commissie betreffende de totale elasticiteit van de markt.

520. De Commissie onderschrijft bovendien niet de conclusies die de partijen verbinden aan het door NERA verrichte onderzoek. Zoals in het voorgaande al is aangegeven, bewijst het feit dat promotieacties de afzet van de betrokken materialen tijdelijk verhogen niet dat die verkopen ten koste gaan van de concurrenten. Zoals hierboven in de punten 496 en 497 is aangegeven, zijn andere mogelijke en misschien zelfs waarschijnlijke verklaringen dat er voorraden worden ingeslagen of dat de verkopen ten koste gaan van andere producten van dezelfde fabrikant. Met andere woorden, de door NERA verstrekte gegevens maken het niet mogelijk een schatting te maken van de kruiselasticiteit tussen fabrikanten.

C.1.2 Schneider en Legrand zullen door de concentratie een onontkoombare partij worden op de betrokken markten

Marktaandeelen die wijzen op een machtspositie

Methode

521. De partijen stellen dat de transactie niet tot het scheppen of versterken van een machtspositie voert op de markten van componenten voor onder- en eindverdelers. Met name zouden de marktaandeelen van de gefuseerde entiteit volgens de partijen op communautair niveau niet boven [15-35]*% komen en op nationaal niveau niet boven [35-55]*% (in Frankrijk).
522. De Commissie meent evenwel dat de door de partijen gehanteerde methode voor het berekenen van marktaandeelen leidt tot een onderschatting van de posities die zij in werkelijkheid zouden innemen op de betrokken markten.
523. De partijen hebben de marktaandeelen van fabrikanten namelijk berekend door het bedrag van de verkoop van fabrikanten aan hun directe afnemers (hoofdzakelijk essentie groothandelaren en paneelbouwers) te delen door het totale volume van de producten die de installateurs (dat wil zeggen de klanten van groothandelaren en paneelbouwers) afnemen. De noemer correspondeert zo niet met de teller, want hij omvat ook de toegevoegde waarde van groothandelaren en paneelbouwers en tevens het bedrag van de verkoop van diverse componenten van verdelers die normaliter niet worden geleverd door de fabrikanten maar door de paneelbouwers worden toegevoegd. De hiermee samenhangende bijkomende bedragen kunnen significante niveaus bereiken: ([10-30]*% voor de groothandelaren, [10-30]*% voor de paneelbouwers en [10-30]*% voor de diverse componenten. Dit resulteert in een duidelijk te lage schatting van het marktaandeel van de fabrikanten, en deze factoren moeten dus van de totale omzet op de

markt worden afgetrokken. Een rekenwijze als deze leidt tot de absurde uitkomst dat een hypothetische monopolist op het gebied van een sleutelcomponent (bijvoorbeeld kleine automaten) niet tot 100% marktaandeel, komt maar zijn marktaandeel zou “delen” met zijn afnemers.

524. Op verzoek van de Commissie hebben de partijen dan ook gecorrigeerde ramingen ingediend van de marktaandelen, waarbij de toegevoegde waarden en de marges aan afnemerszijde (van groothandel en paneelbouwers) en ook het bedrag van de niet door de fabrikanten geleverde componenten in mindering zijn gebracht.
525. De partijen hebben verder voorgesteld de verkopen die bepaalde verticaal geïntegreerde fabrikanten (ABB en Siemens) realiseren als installateur of paneelbouwer, mee te rekenen bij de totale marktomzet. De Commissie onderschrijft die aanpak niet en is integendeel van mening dat deze verkopen noch bij de berekening van de totale marktomvang noch bij die van de marktaandelen van de betrokken aanbieders mogen worden meegerekend. In de eerste plaats zijn deze cijfers niet gelijkwaardig aan de andere verkopen en leiden zij dus tot dezelfde vertekeningen als die welke zich voordeden bij de aanvankelijke berekeningen van de partijen: er had moeten worden gekeken naar de interne verkopen van de betrokken ondernemingen. Bovendien betreffen dergelijke interne verkopen van de betrokken derden, zelfs als we aannemen dat die correct zijn berekend door de partijen, producten die niet op de markt zijn gebracht en waarbij dus geen concurrentie optreedt. Interne verkopen zijn niet onderworpen aan echte marktomstandigheden en hebben geen enkele invloed op de marktpositie van de op de “vrije” markt actieve fabrikanten. Bij het meetellen van deze verkopen zou de marktpositie van de fabrikanten dus onjuist worden voorgesteld. Het zou leiden tot onderschatting van de marktmacht die de producenten in werkelijkheid op hun directe afnemers kunnen uitoefenen.
526. De Commissie heeft bovendien getracht de omvang van de door de partijen bij hun raming van marktaandelen aan ABB en Siemens toegeschreven interne verkopen te verifiëren. Volgens de partijen zouden deze interne verkopen in totaal voor elk van deze bedrijven op ongeveer [400-1 200]* miljoen EUR uitkomen. Deze bedragen mogen echter niet zonder meer bij de berekening van de marktaandelen worden meegeteld, omdat het immers volgens de partijen omzetten betreft die gerealiseerd worden op installateursniveau. Daarop moeten de arbeidskosten (ongeveer 80%), de door paneelbouwers toegevoegde waarde (15% van het eindbedrag) en de marge van de tussenhandel (20% van het eindbedrag) in mindering worden gebracht. Pas zo zouden bedragen worden verkregen die bruikbaar zijn voor het berekenen van marktaandelen. De aldus verkregen cijfers aangaande de interne verkoop van de betrokken bedrijven komen aanzienlijk lager uit en hebben geen significant effect op de marktaandelen zoals die zijn berekend zonder de interne verkopen te verdisconteren, en die hieronder worden gepresenteerd.
527. Bij de hoorzitting heeft een vertegenwoordiger van Siemens aangegeven dat de interne verkopen van zijn onderneming minder dan 5% van Siemens’ omzet in laagspanningsverdelers vertegenwoordigden. De vertrouwelijke gegevens die andere derden in het kader van het onderzoek van de Commissie hebben verstrekt, zijn eveneens in lijn met dit aandeel van 5%. Hetzelfde geldt voor de schatting door de partijen van de omvang van de interne omzet van hun concurrenten. Deze kwam uit op [400-1 200]* miljoen EUR, hetgeen overeenkomt met ongeveer [50-100]* miljoen EUR voor de “echte” interne verkopen (na aftrek van de kosten van arbeid, de door paneelbouwers

toegevoegde waarde en de marge van de tussenhandel). De partijen ramen de omvang van de markt voor onder- en eindverdelers in Europa (exclusief door paneelbouwers toegevoegde waarde en marge van de tussenhandel) op circa [2 000 – 4 000]* miljoen EUR. De verhouding tussen de interne verkopen en de marktomvang volgens de schatting van de partijen is dus van de orde van [0-10]* %, overeenkomend met de door Siemens voorgelegde indicatie.

528. De conclusies aangaande de marktaandelen worden door het meetellen van deze interne verkopen niet aangetast. Uitgaande van de voor Schneider en Legrand zeer gunstige veronderstelling dat alleen zij geen interne verkopen hebben, dat alle overige aanbieders op de markt [0-10]* % van hun verkopen binnen de eigen groep afzetten en dat die verkopen bij de totale marktomvang moeten worden meegerekend, wordt het marktaandeel van de gefuseerde entiteit op elk van de betrokken markten daardoor hoogstens met 3 procentpunten verlaagd. Het effect hiervan op de hoge marktaandelen is slechts marginaal en brengt geen verandering van betekenis in het verschil in marktomvang tussen de gefuseerde entiteit en de concurrentie.
529. In het licht van het voorgaande is de Commissie van mening dat de marktaandelen uitsluitend moeten worden berekend op grond van de externe verkopen van de partijen en hun concurrenten aan hun directe afnemers. Bij de berekening van de omvang van de markt (en de overeenkomstige omzetten van de aanbieders op die markt) mogen noch de interne verkoop van verticaal geïntegreerde fabrikanten noch de toegevoegde waarde of marge in verband met handelingen of bewerkingen in stadia na de productie (het monteren van het paneel, de dienstverlening van de groothandelaar) worden meegeteld. De marktaandelen die in alle hierna volgende punten van dit document aan de orde komen, zijn op deze basis berekend.

De markt van onderverdelers

530. Op het gebied van de onderverdelers en hun componenten (installatieautomaten, kleine automaten en kastelementen) resulteert de transactie slechts tot samenvoeging van marktaandelen in Frankrijk, Italië en Noorwegen, de enige landen waar Legrand op deze markten actief is.
531. Onderstaande tabel 27 geeft de ramingen van de partijen weer op basis van de verkoop van installatieautomaten, kleine automaten en kasten.

Tabel 27

Omzet in 2000	Installatieautomaten (%)				Kleine automaten (%)				Kasten (%)			
	F	IT	N	EER	F	IT	N	EER	F	IT	N	EER
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]*

Bron: E-mail van de partijen van 25 juli 2001.

532. Ofschoon deze cijfers in het algemeen lager zijn, stemmen ze in grote lijnen overeen met de schattingen van de marktaandeelen van de partijen waarbij is uitgegaan van een marktomvang die is berekend op basis van de verkopen van derden die volgens de partijen actief zijn op de markt en die de vragenlijst van de Commissie hebben ingevuld.

533. Uit deze geschatte marktaandeelen komt naar voren dat de aangemelde transactie de gefuseerde entiteit een zeer sterke positie zou opleveren op de Franse en Italiaanse markten voor installatieautomaten, kleine automaten en kasten voor onderverdelers, met een marktaandeel van respectievelijk circa [70-80]*% en [40-50]*%. Naast de in tabel 27 vermelde aanbieders zou de gefuseerde entiteit verspreide concurrentie ondervinden van paneelbouwers. De gefuseerde entiteit zou ook op Europees niveau een overheersende positie innemen, met marktaandeelen voor installatieautomaten en kleine automaten die iets onder [40-50]*% liggen.

De markt van eindverdelers

534. De transactie zou in alle lidstaten tot samenvoeging van marktaandeelen leiden, maar dit lijkt slechts in vijf landen (Frankrijk, Italië, Denemarken, Spanje en Portugal) tot concurrentieproblemen te leiden. De marktaandeelen van de partijen en hun concurrenten in deze landen (en op communautair niveau) kunnen als volgt worden samengevat:

Tabel 28

Omzet in 2000	Kleine automaten (%)						Aardlekbeveiligingen (%)						Behuizingen (%)					
	P	SP	F	IT	D K	EE R	P	SP	F	IT	D K	EER	P	SP	F	IT	D K	EE R
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]*

Bron: schattingen van de partijen.

535. Ofschoon deze cijfers in het algemeen lager zijn, stemmen ze in grote lijnen overeen met de schattingen van de marktaandelen van de partijen waarbij is uitgegaan van een marktomvang die is berekend op basis van de verkopen van derden die volgens de partijen actief zijn op de markt en die de vragenlijst van de Commissie hebben ingevuld.

536. Hieruit komt naar voren dat de aangemelde transactie zou leiden tot het scheppen van zeer sterke posities op de markten voor kleine automaten, aardlekschakelaars en behuizingen voor eindverdelers in Portugal en Denemarken en de al overheersende positie van respectievelijk Schneider in Spanje en Frankrijk en Legrand in Italië zou versterken.

Aansluitautomaten

537. Zoals in het voorgaande al is aangegeven dient de toepassing van aansluitautomaten speciale doeleinden (voornamelijk het vaststellen van het stroomverbruik en het voorkomen van diefstal ervan) en dit soort voorzieningen is slechts in enkele lidstaten voorgeschreven. In de praktijk voert de transactie bij deze apparatuur slechts in Frankrijk en Portugal tot het optellen van marktaandelen, zoals in onderstaande tabel 29 is weergegeven. De aan Schlumberger toegeschreven marktaandelen zijn bij het totaal van de entiteit opgeteld, omdat de door Schlumberger verkochte producten worden vervaardigd door een onderneming, Serd, die onder zeggenschap staat van Legrand en waarin Schlumberger een minderheidsaandeel bezit van [30-40]*%. Overigens dient te worden opgemerkt dat de door Hager in Frankrijk verkochte producten door dit bedrijf bij Schneider worden ingekocht.¹⁸⁷

¹⁸⁷ E-mailbericht van de partijen van 28 februari 2001.

Tabel 29

Aansluitautomaten		
	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]*	-

Bron: schattingen van de partijen.

Analyse op het niveau van “oplossingen”

538. Zoals hiervoor al is aangegeven, leidt een analyse op het niveau van het geheel van componenten dat voor een gegeven verdelertype nodig is, dat wil zeggen op het niveau van de door de partijen beschreven “oplossingen”, niet tot significant andere conclusies dan die welke op het niveau van elke component afzonderlijk te trekken zijn. Op het niveau van “oplossingen” kunnen de marktaandelen van de partijen en hun concurrenten namelijk als volgt worden samengevat:

Overzicht van marktaandelen

	Onderverdelers				Eindverdelers					
	F	IT	N	EER	P	SP	F	IT	DK	EER
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]*

Bron: Partijen

539. Op het gebied van eindverdelers komen de marktaandelen voor oplossingen op hetzelfde uit als voor afzonderlijke componenten. Bij onderverdelers zijn de marktaandelen op het niveau van oplossingen iets lager dan die op het niveau van componenten. Hierbij zij echter opgemerkt dat de bovenvermelde schattingen ten aanzien van onderverdelers voor de gefuseerde entiteit te laag zijn. Bij de berekening van deze cijfers, die door de partijen zijn verstrekt, zijn namelijk ook elementen meegeteld die niet normaal gesproken niet worden geproduceerd door fabrikanten van laagspanningsmaterialen. Deze elementen maken [20-30]*% van de waarde van de verdelers uit (vóór de toegevoegde waarden). Als deze vertekende factor niet wordt meegerekend, stemmen de marktaandelen op het

niveau van de verdelers overeen met die welke hierboven voor componenten zijn berekend.

Verwerving van een ongeëvenaarde machtspositie

540. De gefuseerde entiteit Schneider/Legrand zal door de aangemelde transactie een ongeëvenaarde machtspositie verkrijgen door haar relatieve omvang op de betrokken markten, door het wegvallen van de rivaliteit tussen Schneider en Legrand (een motor van de concurrentie) op sommige markten en door de verwerving van een leidende positie op andere markten, maar tevens door het zeer brede productenaanbod, de grote geografische dekking en de veelheid van merken waarover de entiteit dan beschikt.
541. De gefuseerde entiteit zal verder alle concurrentievoordelen erven van de moederbedrijven, met name de reputatie van de merken, de omvang van de productengamma's en de kwaliteit van de betrekkingen met installateurs en nationale groothandelaren. Al deze factoren zullen bovendien de merkentrouw van de installateurs en paneelbouwers nog verder versterken, waardoor de gefuseerde entiteit op deze markten onontkoombaar zou worden en de groei van concurrerende merken zowel als de komst van nieuwe marktpartijen op grote belemmeringen zal stuiten.

Een entiteit van ongeëvenaarde omvang

542. De door de partijen verstrekte gegevens tonen aan dat de gefuseerde entiteit een zeer sterke positie zou innemen, zowel in absolute zin als ten opzichte van de meest directe concurrenten. Op de markten van automaten voor onderverdelers zal de gefuseerde entiteit in Frankrijk een zevenmaal zo groot marktaandeel hebben als de meest directe concurrent, General Electric (GE), en in Italië een tweemaal zo groot aandeel als de eerstvolgende fabrikant, ABB. Op de markten voor componenten van eindverdelers zou de gefuseerde entiteit in Portugal en Denemarken bijna tweemaal, in Frankrijk en Italië driemaal en in Spanje viermaal zo groot zijn als de grootste concurrent.
543. Verder blijkt uit de bovenstaande tabellen van marktaandelen dat bijna overal een van de twee partijen al voor de transactie een zeer sterke positie inneemt. Zo is Legrand in Italië al de onbetwiste leider op het gebied van eindverdelers, terwijl Schneider een duidelijke eerste plaats inneemt in Spanje (zowel bij onder- als bij eindverdelers) en in Frankrijk. Voor eindverdelers, waarbij Schneider en Legrand in Frankrijk qua omzet respectievelijk de eerste en de tweede plaats innemen (Legrand samen met Hager), is die leiderspositie nog duidelijker.
544. Hieruit volgt dat de transactie ondanks de significante overlappings in het aanbod van Schneider en Legrand niet mag worden opgevat als een fusie van twee middelgrote aanbieders die plotseling eerste plaatsen binnen hun sectoren gaan innemen, maar veeleer als een substantiële versterking van de bestaande marktleider (door verwerving van extra merken en activiteiten) en de eliminatie van een directe concurrent.

Het wegvallen van de rivaliteit tussen Schneider en Legrand en de komst van een onbetwiste leider op de betrokken markten

545. Al voor de transactie was de ene dan wel de andere partij op de betrokken markten al de toonaangevende concurrent. Dat geldt met name voor Schneider in Denemarken, Spanje,

Portugal en Frankrijk (voor onderverdelers, eindverdelers en de componenten daarvan) en voor Legrand in Italië. Bovendien beschikt ook de minder sterke partij op deze markten over een positie van betekenis, gecombineerd met een goede reputatie en een voorkeursrelatie met de voornaamste internationale groothandelaren. Dit is met name het geval voor Legrand in Frankrijk, waar deze onderneming zeer aanzienlijke posities inneemt op andere markten in de sector laagspanningsproducten. In deze beschikking wordt vastgesteld Legrand al machtsposities heeft op de markten van contactdozen en schakelaars, waterdichte apparatuur, installatie- en bevestigingsmateriaal en noodverlichting met eigen stroombron. Doordat Legrand bij zijn activiteiten op het gebied van verdelerpanelen kon steunen op zijn positie op de laatstgenoemde markten, kon het bedrijf gemakkelijker toegang krijgen tot de distributeurs en ook gemakkelijker merkbekendheid opbouwen. Omgekeerd merkt Legrand in zijn plannen op middellange termijn over de Franse markt op [...]*

546. De transactie zal deze posities verder versterken. Zo is het duidelijk dat het combineren van de activiteiten van de twee partijen de gefuseerde entiteit in staat stelt de greep op de markt nog te verstevigen en het verschil met de naaste concurrentie te vergroten. Met de fusie van Schneider en Legrand komt er bovendien een einde aan de concurrentie tussen deze twee ondernemingen, waarvan de onderlinge rivaliteit een centraal element lijkt te zijn van de concurrentie in de betrokken landen.
547. In Frankrijk bijvoorbeeld lijkt de concurrentie tussen Schneider en Legrand bijzonder sterk te zijn bij onder- en eindverdelers, want volgens interne documenten¹⁸⁸ van Legrand richt Schneider (van oudsher vooral gericht op de industriële en de tertiaire sectoren) zich nu ook op het veroveren van de woningbouwsector, waar het bedrijf Legrand “van de troon wil stoten”. Aangezien Schneider en Legrand in Frankrijk de twee voornaamste leveranciers zijn van eind- en onderverdelers, bepaalt de sterkte van de concurrentie tussen deze twee ondernemingen in hoge mate die van de totale concurrentie op deze markten. Dit effect wordt nog versterkt door het feit dat Legrand dankzij zijn posities op het gebied van eindmaterialen in Frankrijk al een grote merkbekendheid en een bevoorrechte toegang tot de groothandel geniet. Legrand beschouwt bijvoorbeeld het feit dat het bedrijf “via andere producten zeer aanwezig is bij de installateurs” als een “houvast”.¹⁸⁹ Uit het onderzoek van de Commissie blijkt dat de situatie in Portugal soortgelijke trekken vertoont: uit documenten van Legrand komt naar voren [...]*
548. Daarnaast stelt de transactie de gefuseerde entiteit in staat een onbetwiste leiderspositie te gaan innemen op de Portugese en Deense markten van componenten voor eindverdelers, waar de bedrijven te kampen hadden met een (in termen van marktaandeel) niet te verwaarlozen concurrentie van andere ondernemingen.
549. Tenslotte zou de aangemelde transactie ook de reeds overheersende omvang versterken van hetzij de ene hetzij de andere partij op de Franse en Italiaanse markten van componenten voor onderverdelers en op de markten van componenten van eindverdelers in Spanje, Frankrijk en Italië.

¹⁸⁸ Legrand, middellangetermijnplannen.

¹⁸⁹ Legrand, driejarenplannen.

De gefuseerde entiteit zal beschikken over een zeer groot productengamma en een ongeëvenaarde geografische dekking

550. Al vóór de voorgenomen concentratie beschikte elk van de partijen over een zeer omvangrijk productenassortiment op het gebied van materialen voor laagspanningsinstallaties. Voor sommige van deze producten en in bepaalde geografische gebieden namen zij vaak al zeer sterke posities in. De aangemelde transactie zou de partijen in staat stellen de sterke posities van Schneider in de Noordse landen op het terrein van eindmaterialen te combineren met die van Legrand in het zuiden van Europa. Evenzo zou Schneider zijn eigen sterke positie op alle terreinen van stroomverdelerspanelen gaan samenvoegen met de sterke aanwezigheid van Legrand op het gehele gebied van eindmateriaal.

551. Na de aangemelde concentratie zouden er in de EER maar twee landen zijn (Duitsland en Finland) waar de gefuseerde entiteit geen overheersende positie inneemt. Meer in het algemeen dient te worden opgemerkt dat Schneider naar eigen zeggen wereldwijd de tweede plaats inneemt op het gebied van laagspanningsmaterialen, terwijl Legrand stelt wereldleider te zijn op het gebied van eindmaterialen. De onderstaande tabel illustreert de sterke positie van de gecombineerde entiteit op alle markten voor laagspanningsmaterialen.

Tabel 30

	Hoofdverdelers	Onderverdelers	Eindverdelers	Kabeldragers	Voorge-monteerde kokersystemen	Eindmaterialen	Install.- en bev. materiaal	In het zicht blijvende leidingen
Oostenrijk	*****	***	*	-	*****	**	-	***
België	*****	*****	***	*	*****	**	-	***
Duitsland	*	-	-	-	***	-	-	-
Denemarken	***	****	****	**	*****	*****	*****	*
Spanje	****	*****	*****	-	****	***	*	**
Frankrijk	*****	*****	*****	-	*****	*****	*****	****
Finland	*	***	**	-	**	***	**	**
Griekenland	*	**	**	-	*****	*****	-	*
Italië	***	****	****	**	**	*****	**	*
Ierland	***	***	**	-	*****	*	-	-
Nederland	****	***	**	***	****	-	-	*
Portugal	***	***	****	-	*****	****	-	*****
Verenigd Koninkrijk	*****	****	***	****	*	*	-	**
Zweden	**	***	***	*****	*****	****	***	*****
Noorwegen	**	**	**	****	**	****	*****	*****

Toelichting: één sterretje (*) staat voor een marktaandeel tussen 10-20% enzovoorts tot vijf sterretjes (*****), die samen een verkoopmarktaandeel van meer dan 50% aanduiden.

Bron: marktaandelen in 1999, opgegeven door de partijen in formulier CO en latere documenten.

552. Speciale aandacht verdient hier de zeer sterke positie die de partijen zouden verwerven op het totaal van de Franse markten, met marktaandelen van meer dan [40-60]*% op alle

terreinen uitgezonderd de kabeldragers en de in het zicht blijvende leidingen (waar zij toch meer dan [40-60]*% bereiken). Geen van de concurrenten van Schneider / Legrand zou beschikken over een dermate breed productengamma noch over een zo grote geografische dekking met sterke posities op de betrokken markten. Alleen ABB beschikt over een productengamma en een geografische dekking die nog vergelijkbaar zouden zijn.

553. Van de andere fabrikanten zijn alleen Siemens en Hager binnen de EER op verscheidene geografische en productmarkten actief. Alle overige concurrenten zijn hetzij lokale aanbieders hetzij alleen gericht op nichemarkten, doorgaans op het gebied van de elektrische eindapparatuur (voorbij de eindverdelers).

De gefuseerde entiteit zal over een ongeëvenaard aantal merken beschikken

554. De kracht van de ene en/of de andere partij op elke markt hangt als regel samen met die van zijn merken. Zoals de partijen zelf stellen¹⁹⁰: “Wij beschikken over een prachtige, gediversifieerde merkenportefeuille. Bovendien hebben onze twee groepen in de praktijk bewezen echt in staat te zijn meerdere merken te beheren, steeds vanuit de optiek dat we dicht bij de markt willen blijven, We zijn dus gewend deze merken effectief te exploiteren.”

555. Het goede imago van de merken van Schneider en Legrand lijdt geen twijfel. In Italië, waar met de merknamen Legrand en vooral Bticino wordt gewerkt, noemt Legrand¹⁹¹ als drie van de pijlers van de eigen marktpositie “het imago van het merk Bticino”, “de synergie tussen de merken Legrand en Bticino” en “het imago van de eigen naam en het vertrouwen van de markt in het bedrijf en zijn producten.” In Spanje, zo stelt Schneider¹⁹², vormt zijn merk Eunea Merlin Gerin al “een marktpartij van betekenis”, die nog te versterken is door middel van “het door Schneider ondersteunde imago”. In Frankrijk tenslotte beschouwt Legrand de eigen “reputatie” als een van zijn voornaamste sterke punten. De reputatie en het imago van de merken waarover de partijen beschikken zullen uiteraard nog profiteren van hun veelzijdige tegenwoordigheid binnen de sector laagspanningsmaterialen, die in de bovenstaande tabel 30 tot uitdrukking komt.

556. Uit interne documenten¹⁹³ van de partijen blijkt dat de reputatie van een merk op zich al een aanzienlijk concurrentievoordeel kan zijn. Dit lijkt met name het geval te zijn in Italië, waar “de markt zich concentreert op de drie grootste merken (Bticino, ABB en Merlin Gerin)”, zowel als in Frankrijk, waar “de afnemers het nodig hebben door de merknaam te worden gerustgesteld.”

557. Uit het onderzoek van de Commissie komt echter tevens naar voren dat de kracht van de merken van Schneider en Legrand mede berust op hun vermogen te voorzien in de behoeften van installateurs en paneelbouwers. De Commissie heeft met name aan de groothandel gevraagd de fabrikanten in elk land apart te rangschikken op basis van de mate waarin ze aan elk van de volgende negen criteria voldoen: productkwaliteit,

¹⁹⁰ Informatiebijeenkomst Schneider Electric/Legrand, 15 januari 2001.

¹⁹¹ Legrand, middellangetermijnplannen.

¹⁹² Schneider, driejarenplan (2001-2002-2003).

¹⁹³ Legrand, middellangetermijnplannen.

merkreputatie, prijs, snelle levering, ontwerp en uiterlijk, installatiegemak, technische geavanceerdheid, volledigheid van het assortiment en als laatste technische ondersteuning. Uit deze enquête bleek dat op slechts enkele uitzonderingen na Schneider op elk van deze punten tot de drie best scorende leveranciers behoort en dat Schneider en Legrand in Italië en Frankrijk over het totaal van deze criteria gerekend meestal als de twee besten op de lijst uitkomen.

558. Zoals al in het voorgaande is uiteengezet, kenmerken de betrokken markten zich door een sterke merkentrouw van de installateurs en paneelbouwers. De sterke concurrentieposities van de partijen vormen, in combinatie met hun vermogen om blijvend in de behoeften van hun afnemers te voorzien, een zeer solide basis van hun marktpositie.
559. Verder blijkt dat de partijen jaarlijks aanzienlijke investeringen besteden aan promotie en relatiebeheer. Zo geven de partijen aan dat ze zorgen voor een commerciële aanwezigheid om afnemers te helpen bij het kiezen van producten, met name door een netwerk van agenten en verkopers in elk land. Verder bieden ze een breed gamma van producten en diensten om hun bekendheid bij en betrekkingen met de installateurs te versterken. Wat producten betreft gaat het daarbij om programmatuur voor het calculeren en dimensioneren van elektrische installaties en technische handleidingen, en wat betreft de dienstverlening om cursussen (bij Legrand) telefonische helpdesks, beantwoording van technische vragen, enz. Zoals hierboven is opgemerkt kunnen deze inspanningen tot [10-30]*% van de omzet uitmaken.
560. Bovendien bestaat op grond van bepaalde interne documenten van de partijen de indruk dat hun inspanningen op dit gebied mogelijk aanzienlijk omvangrijker zijn dan die van de concurrentie. Zo geeft Legrand¹⁹⁴ aan dat in Italië “Bticino op deze markt het bedrijf is met de meeste verkopers”, en Schneider¹⁹⁵ schrijft in een document te streven naar “een ongeëvenaarde benadering van elke klant op de Franse markt”. In Spanje vermeldt Schneider¹⁹⁶ tenslotte dat “de dekking van het gebied door het verkoopapparaat” een van de voornaamste troeven vormt tegenover de concurrentie, [...]*
561. Tenslotte moet worden opgemerkt dat de merkentrouw van installateurs en paneelbouwers wordt versterkt door de grote omvang van het productengamma dat de partijen bieden (op het gebied van eindverdelers, eindmaterialen, enz.) en door hun soms sterke concurrentieposities in andere door installateurs gebruikte producten, zoals is weergegeven in tabel 30 hiervoor. Dit vergroot de frequentie van het gebruik van producten van de partijen en de bekendheid daarvan, de vertrouwdheid van installateur met de merken en daardoor ook de toepassing van de betrokken onderverdelers. Zoals Legrand aangeeft¹⁹⁷, [...]*
562. De aangemelde transactie zal de gefuseerde entiteit naar verwachting verder in staat stellen zijn marktmacht beter uit te oefenen door de eigen merken te versterken en gericht in te zetten. Dit zou ertoe leiden dat de groothandel eenvoudig niet meer om de

¹⁹⁴ Legrand, middellangetermijnplannen.

¹⁹⁵ Schneider, driejarenplan.

¹⁹⁶ Schneider, driejarenplan.

¹⁹⁷ Legrand, middellangetermijnplannen.

partijen heen kan. Bovendien kan de entiteit, door de merken te richten op toonaangevende posities in elk de drie toepassingssegmenten (industrie, kantoor- en woningbouw) van de betrokken markten, de effecten van hun acties op de concurrentie beter sturen.

563. In de eerste plaats zal de transactie de gefuseerde entiteit naar verwachting over het hele scala van merken waarover zij beschikt, een sterkere positie geven in haar onderhandelingen met de groothandel. Zo zou de gefuseerde entiteit na de fusie ook kunnen besluiten de bepalingen van de met [...] gesloten overeenkomsten over [...] uit te breiden tot Legrand, wat Legrand vooral zou versterken in [...], waar volgens Legrand¹⁹⁸ de beperkte distributie van haar producten en haar beperkte aanwezigheid bij de groothandel de voornaamste zwakke punten vormen. Evenzo zou Legrand zo een betere toegang tot de groothandel krijgen in [...], waar dit aspect een rem op de ontwikkeling lijkt te zijn geweest. Schneider tenslotte zou bij de toegang tot de Italiaanse distributiekkanalen baat kunnen hebben bij de sterkere positie van Legrand in dit land.
564. De transactie zou verder de bekendheid en aanwezigheid van de merken van de twee partijen versterken doordat beide profiteren van de inspanningen op het gebied van promotie en relatiebeheer van de partijen in deze landen.
565. Uit het onderzoek van de Commissie komt ook naar voren dat Schneider en Legrand elkaar op de betrokken markten weliswaar altijd fel hebben beconcurrerd, maar dat elk van hen van oudsher eigen sterke punten heeft die elkaar aanvullen. Zo lijkt Schneider vooral sterk in toepassingen in de industriële en tertiaire sector, terwijl Legrand vooral in de woningbouwsector een zeer goede reputatie heeft verworven. Na de transactie zal de gefuseerde entiteit dus een vooraanstaand merk hebben op alle drie gebieden waar laagspanningsverdelers toepassing vinden. Op dezelfde wijze als Legrand heeft gedaan na de overname van Bticino, kan de gefuseerde entiteit dus besluiten de specialisatie van elk van zijn merken aan te scherpen en de inspanningen van elk merk te concentreren op de gebieden waarop het traditioneel het sterkst is. Hierdoor kan tegelijkertijd een volledige dekking van de vraag worden bereikt en kan optimaal worden voorzien in de behoeften van elk van de klantenkringen. Door deze strategie kan de gefuseerde entiteit over het gehele veld zo de positie van elk merk versterken en mogelijke lacunes van elk van de partijen aanvullen. De gefuseerde entiteit wordt daardoor nog machtiger dan de combinatie van de twee afzonderlijke partijen, wat haar greep op de betrokken markten zal versterken en de mogelijkheden van bestaande en potentiële concurrenten om met haar te concurreren, verder zou terugdringen.

C.1.3 Afwezigheid van significante druk van de vraagzijde

566. De partijen zetten een vaak aanzienlijk deel van hun verkopen op de betrokken markten af via de groothandelaren, waarvan sommige (Rexel, Sonepar en Hagemeyer) grote internationale groepen zijn. Dit maakt het noodzakelijk om na te gaan of de groothandel in staat is aan de vraagzijde voldoende inkoopmacht uit te oefenen op het concurrentiegedrag van de gefuseerde entiteit. De Commissie meent dat dit niet het geval is, en wel om de hieronder uiteengezette redenen.

¹⁹⁸ Legrand, middellangetermijnplannen.

De gefuseerde entiteit zou voor groothandelaren een marktpartij vormen waar zij niet omheen kunnen

567. In de eerste plaats moet worden opgemerkt dat de gefuseerde entiteit voor de meeste van zijn groothandelaren een partner zou zijn waar zij niet omheen kunnen. Het blijkt namelijk dat (i) de gefuseerde entiteit een zeer aanzienlijk aandeel (in sommige gevallen meer dan [40-50]*% van de nationale omzet) van de totale omzet van de groothandelaren zal uitmaken; (ii) de gefuseerde entiteit door samenvoeging van het aanbod van de tweede producent ter wereld van laagspanningsmaterialen en de wereldleider op het gebied van eindmaterialen een ongeëvenaard productengamma zal bieden; (iii) de gefuseerde entiteit in elk land veelal een vooraanstaande concurrentiepositie zal innemen (zie tabel 30 hiervoor). De “onontkooombaarheid” van de gefuseerde entiteit is extra sterk op de Franse markt en in mindere mate in Spanje, Italië en Portugal.
568. Dit komt bijvoorbeeld heel duidelijk naar voren uit de [...]* die Schneider al heeft kunnen vormen met zijn voornaamste groothandelaren in [...]* en de voorkeursrelatie die Legrand stelt te hebben met de [...]* groothandel in Frankrijk en Italië.
569. In zijn interne documenten¹⁹⁹ geeft Legrand overigens aan dat [...]*. Zo verklaart Legrand²⁰⁰ dat het bedrijf profiteert van “zeer goede banden met de tussenhandel” in [...]* en dat het “nauwe betrekkingen onderhoudt met de Franse groothandelaren, waarvan sommige ertoe over zijn gegaan bepaalde populaire producten van Legrand altijd in voorraad te houden.”
570. Deze situatie is nog duidelijker voor Schneider, [...]***²⁰¹.
571. In [...]*, waar Schneider met [...]* jaarlijkse overeenkomsten sluit over de te behalen doelstellingen, is het niet anders, en hetzelfde geldt voor [...]*.
572. Voor dit verschijnsel zijn verschillende verklaringen te geven. In de eerste plaats, en dat is de uitleg die hierboven is gegeven, vormen de partijen op sommige markten aanbieders waar de afnemers niet omheen kunnen, gezien de sterke voorkeuren van de installateurs en paneelbouwers voor de producten van de partijen.
573. Meer in het algemeen is bij het onderzoek van de Commissie gebleken dat de partijen ieder een zeer aanzienlijk aandeel in de omzet van de voornaamste groothandelaren vertegenwoordigen. Onderstaande tabel 31 laat voor elk van de grote fabrikanten van laagspanningsmateriaal de bandbreedte zien van hun aandeel in de omzet (alle producten samen) van de groothandelaar Rexel. Het is duidelijk dat na de transactie de gefuseerde entiteit goed is voor bijna de helft van de verkopen van Rexel in Frankrijk – een weerspiegeling van de zeer sterke en complementaire posities van elk van de partijen vóór de fusie. Ook in Italië en Portugal betreft een aanzienlijk deel van de Rexel-verkopen producten van de partijen en voor elk van deze landen geldt dat dit aandeel naar verhouding veel groter is dan dat van de concurrentie. In Spanje zal Schneider/Legrand naar verwachting naar verhouding ook groter zijn dan de

¹⁹⁹ Legrand, middellangetermijnplannen.

²⁰⁰ Legrand, middellangetermijnplannen en Form 20-F SEC.

²⁰¹ Schneider, Convergence mode d’emploi.

concurrenten. De informatie die verstrekt is door de overige grote groothandelsgroepen levert een vergelijkbaar beeld op.

Tabel 31

	Schneider / Legrand	Siemens	Möller	Gewiss	ABB	GE	Hager	Overige
Oostenrijk	0-10	0-10	0-10	0-10	10-20	-	0-10	> 70
België	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 70
Duitsland	0-10	0-10	0-10	-	10-20	0-10	10-20	> 50
Spanje	10-20	0-10	0-10	-	0-10	-	0-10	> 70
Frankrijk	40-50	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 40
Italië	30-40	0-10	-	0-10	0-10	0-10	0-10	> 50
Nederland	0-10	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80
Portugal	30-40	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 50
Verenigd Koninkrijk	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	0-10	> 80
Zweden	10-20	0-10	0-10	-	0-10	0-10	0-10	> 80

Bron: Rexel, antwoord op de vragenlijst bij de tweede fase.

574. Dit is te verklaren uit het feit dat de partijen elk een zeer breed gamma van elektrische laagspanningsmaterialen bieden die via de groothandel worden verkocht en dat ze veelal voor elk van deze producten sterke marktposities innemen (zie het voorgaande tabel 30). De bovenstaande tabel 31 laat zien hoe sterk de gefuseerde entiteit zal zijn op alle markten van laagspanningsmaterialen.

575. De partijen beschikken over nog andere troeven op groothandelniveau. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt dat groothandelaren een voorkeur hebben voor fabrikanten die brede productengamma's kunnen leveren, en de partijen hebben op dit punt dus een belangrijk voordeel. Een groothandelaar die voor hen kiest zou zijn klantenkring voor veel productcategorieën zelfs verscheidene merken kunnen aanbieden met elk een eigen prijsniveau. Ook moet worden onderstreept dat de groothandel afhankelijk is van de door fabrikanten gecreëerde vraag en van merken die bij installateurs en eindgebruikers bekend zijn. Ze zijn daarom genoodzaakt de meestgevraagde artikelen in voorraad te houden, en dat zijn in de praktijk die welke worden gebracht onder merken die een grote bekendheid genieten.

576. Deze goede banden zijn ook het resultaat van werkelijke inspanningen van Schneider en Legrand in de richting van de groothandel. Zo geeft Legrand²⁰² aan dat het bedrijf groothandelaren in Frankrijk expresseleveringen aanbiedt, dat het zelf reservevoorraden aanhoudt van weinig courante producten en investeert in nieuwe opslaglocaties om de bevoorrading van de groothandel verder te verbeteren. Schneider²⁰³ [...] in zijn contracten met de groothandel. Volgens Schneider²⁰⁴ stellen deze diensten de groothandel met name in staat te voorzien in de stijgende vraag van installateurs om

²⁰² Legrand, From 20-F SEC.

²⁰³ Schneider, documenten verstrekt als antwoord op vraag 311.

²⁰⁴ Antwoord van Schneider op vragenlijst Hagemeyer.

naast de producten ook aanvullende diensten (adviezen, technische ondersteuning, enz.) te leveren.

577. De voorgestelde transactie zal het de partijen mogelijk maken de voorkeurspositie bij hun voornaamste groothandelaren verder te versterken of uit te bouwen en zal naar verwachting bovendien uitbreiding van het aantal van dit type partnerschappen in de hand werken [...]*. [...]*, zouden zij de positie van de gefuseerde entiteit op alle markten waarop de transactie van invloed is (en vooral ook op de markten op het terrein van onderverdelers in Frankrijk en Italië en die op het gebied van eindverdelers in Denemarken, Spanje, Frankrijk, Italië en Portugal) verder versterken en omgekeerd die van de andere fabrikanten verder verzwakken.
578. In hun memorie van antwoord onderstrepen de partijen dat de groothandelaren in de betrokken landen in de huidige situatie een groot aantal merken voeren. Dat feit reduceert echter het effect van de transactie geenszins, maar dreigt integendeel het effect van de bovenbeschreven ontwikkeling te versterken. Hoe meer concurrerende merken de groothandelaren met voorkeursrelaties met de gefuseerde entiteit voeren, hoe meer risico die andere fabrikanten lopen dat ze markt verliezen door een minder bevoorrechte positie bij die groothandelaren.

Structuur op het niveau van de groothandel

579. In de tweede plaats loopt de mate van concentratie (zie tabel 6 hiervoor) op groothandelniveau en daarmee de individuele inkoopmacht van elk bedrijf afzonderlijk van lidstaat tot lidstaat aanzienlijk uiteen. In Frankrijk is deze concentratie zeer ver doorgevoerd, in Spanje lijkt dat duidelijk minder het geval. Dit maakt het zeer onwaarschijnlijk dat de Spaanse groothandelaren afzonderlijk voldoende inkoopmacht vertegenwoordigen om het concurrentiegedrag van de gefuseerde entiteit in significante mate te beïnvloeden.
580. In hun memorie van antwoord bestrijden de partijen dat kleine groothandelaren geen inkoopmacht kunnen uitoefenen. Zij voeren hierbij aan dat in bepaalde landen waar de groothandel gefragmenteerd is (zoals Spanje en Portugal) een sterke prijsconcurrentie tussen groothandelaren bestaat die doorwerkt in een druk op de prijzen van de fabrikanten.
581. De Commissie ontkent dit effect niet en heeft het zelf meermalen naar voren gebracht. Daarnaast onderstrepen de partijen echter eveneens dat de concentratie in de distributie steeds meer toeneemt in bepaalde landen, met name Portugal (waar Rexel en Sonepar inmiddels 40% van de verkopen op het gebied van onderverdelers in handen hebben). Dit zal de prijsconcurrentie op groothandelniveau waarschijnlijk verzwakken, zoals ook is gebeurd in de landen waar die concentratie al verder is gevorderd. Bovendien geldt hoe dan ook dat concurrentie op groothandelniveau geenszins inkoopmacht van de individuele groothandelaar impliceert. Integendeel, de Commissie is van mening dat in de landen waar de groothandel meer gefragmenteerd is, de afzonderlijke groothandelaren niet in staat zijn om een tegenwicht te bieden aan de druk van een onontkoombare marktpartij die een leidende positie inneemt bij een hele reeks productcategorieën die via distributiekanaalen worden verkocht. En de inkoopmacht wordt nog verder verzwakt door de bestaande prijsconcurrentie tussen groothandelaren, want die bedreigt hun levensvatbaarheid en maakt voor hen nog essentiëler de meestgevraagde merken te voeren. Het bestaan van partnerschapsovereenkomsten tussen Schneider en Spaanse en

Portugese groothandelaren, ondanks de sterke concurrentie op dit niveau, is overigens al een indicatie van dit effect. Na de transactie zou de gefuseerde entiteit dus haar machtspositie op de markt kunnen gebruiken om contractvoorwaarden op te leggen door weigerachtige kleinere groothandelaren te dreigen dat hun concurrenten te bevoordelen.

582. Tenslotte betekent zelfs een sterke concentratie op groothandelniveau niet dat er een grote neerwaartse druk is op de prijzen. Uit interne documenten van Legrand²⁰⁵ blijkt namelijk dat in een aantal landen (zoals [...]*) een van de redenen voor de voorkeur van groothandelaren voor Legrand-producten is gelegen in hun betrekkelijk hoge prijs, die de handelaren een flinke marge laat [...]*. Op elke verkoop van Legrand-producten kan de groothandel immers, eenvoudig door het hogere prijsniveau, meer verdienen dan bij goedkopere producten het geval is. Verder blijkt uit de interne documenten van Legrand²⁰⁶ dat ondanks de sterke mate van concentratie in Frankrijk de prijzen die de groothandel er betaalt gemiddeld aanzienlijk boven het Europese gemiddelde liggen (zie ook de prijsindicaties in de tabellen 7 - 10 hiervoor) en dat als er al een neerwaartse prijsdruk zou bestaan, die niet uitgaat van de groothandel maar veeleer van de concurrentie tussen Schneider en Legrand.

583. Deze schijnbare onverschilligheid van de groothandel met betrekking tot het prijsniveau lijkt in grote lijnen verklaarbaar vanuit de inelasticiteit van de vraag naar elektrische materialen. Zoals in hiervoor is aangegeven, wordt de vraag naar dit type producten vooral bepaald door factoren die buiten de sector van de elektrische materialen en hun productie liggen.

De contractuele relaties tussen Schneider/Legrand en de groothandel beschermen de marktpositie van de gefuseerde entiteit

584. De commerciële betrekkingen tussen de fabrikanten van de betrokken producten en de groothandel worden gekenmerkt door het bestaan van ingewikkelde kortingsregelingen. Uit interne documenten die door de partijen zijn verstrekt²⁰⁷ blijkt dat er in hoofdlijn drie soorten kortingsregelingen zijn: (i) “partnerkortingen”, (ii) “doel- of groeikortingen” en “volumekortingen”.

585. Partnerkortingen worden door de fabrikanten aan de groothandelaren die hun producten voeren, verstrekt in ruil voor uiteenlopende commerciële en marketingdiensten. Meestal gaat het hierbij om gerichte acties ter bevordering van de verkoop van hun producten of het doorgeven van marketinginformatie over de positionering van hun producten. Uit documenten van de partijen komt naar voren dat deze partnerkortingen tot [0-30]*% van de door de groothandelaar gerealiseerde omzet (exclusief BTW) kunnen bedragen.

586. Doel- of groeikortingen zijn verbonden met doelstellingen ten aanzien van de toename van de leveringen van fabrikanten aan de groothandelaar. Het gaat hierbij ofwel om de totale omzet in alle catalogusproducten van de fabrikant samen, ofwel om de omzet die wordt bereikt bij specifieke typen producten. Het komt veel voor dat een fabrikant op zijn nieuwe producten dit soort kortingen verstrekt. Bij Schneider en Legrand kunnen

²⁰⁵ Legrand, middellangetermijnplannen.

²⁰⁶ Legrand, middellangetermijnplannen.

²⁰⁷ Antwoord van de partijen op vraag 148 van de vragenlijst van 6 april 2001.

deze kortingen tot [0-30]* % van de door de groothandelaar gerealiseerde omzet (exclusief BTW) uitmaken.

587. Bij de laatste categorie van kortingen, de volumekortingen, gaat het om het totale bedrag van de aankopen die een groothandel bij een fabrikant doet. Uitgangspunt is in dit geval dus de omzet die een fabrikant bij een groothandelaar realiseert, niet alleen door de verkoop van componenten voor onderverdelers maar tevens die van andere laagspanningsproducten, bijvoorbeeld eindmaterialen (voor montage voorbij de eindverdelers). Het percentage van de korting hangt af van de omzet die in een jaar wordt bereikt. Het is gebruikelijk dat in de overeenkomst tussen groothandelaar en fabrikant omzeldrempels worden opgenomen die elk met een bepaald kortingspercentage overeenkomen. Bij een hoger omzetcijfer wordt het kortingspercentage hoger, zodat het werkelijke bedrag van de korting dus extra wordt verhoogd. Deze volumekortingen die een fabrikant een groothandel verleent kunnen tot [0-30]*% van de omzet (exclusief BTW) gaan.
588. Naast deze kortingen verstrekken fabrikanten ook kortingen op de verkoopprijs van hun producten. Deze kortingen zijn bijzonder belangrijk omdat ze tot meer dan [30-70]*% van de verkoopprijs van de producten kunnen bedragen. Alle groothandelaren profiteren van kortingen, maar de hoogte ervan hangt altijd af van de omzet die zij in de producten van elke fabrikant behalen.
589. Door hun omzet werken deze verschillende prijsmechanismen uit in het voordeel van de fabrikanten die over zeer omvangrijke productengamma's beschikken en die een aanzienlijk deel van de omzet van de groothandelaren genereren. Bij deze fabrikanten plaatsen de groothandelaren de meeste orders, en krijgen zij aanzienlijke kortingen. Deze kortingen, die tot [0-30]*% van het totale bedrag van hun inkopen kunnen gaan, vertegenwoordigen een substantieel deel van hun winstmarge. In die situatie streeft een groothandel uiteraard naar het concentreren van zijn verkopen en dus zijn inkopen op de producten van de enkele leveranciers die een belangrijk deel van zijn omzet uitmaken.
590. De voorgestelde transactie verstoort het betrekkelijke evenwicht dat tussen de fabrikanten. Hij leidt tot de vorming van een groep die op vele markten van laagspanningsproducten de voornaamste leverancier van de groothandel wordt, met een aanzienlijke voorsprong op nummer twee. Zoals hierboven is uiteengezet, zou dat met name in Frankrijk het geval worden. Dit betekent dat het merendeel van de groothandelaren sterk afhankelijk wordt van de nieuwe groep wat betreft het totaalbedrag van de kortingen en vergoedingen die ze van de fabrikanten ontvangen en die voor een groot deel hun winstmarge bepalen. Elke teruggang van de omzet in producten van Schneider/Legrand zou zo tot gevolg hebben dat de door deze groep te verlenen kortingen en vergoedingen teruglopen zonder dat de stijging van de afname bij andere leveranciers die teruggang kan compenseren, want de hoogte van het kortingspercentage is gerelateerd aan de behaalde omzet.
591. Voor de groothandelaar vormt dit een extra prikkel om ervoor te zorgen dat het niveau van zijn inkopen bij Schneider/Legrand op zijn minst op peil blijft. Bovendien verschaffen deze ingewikkelde kortingsregelingen, in combinatie met het grote aandeel van Schneider/Legrand in de inkoop van de groothandel, de nieuwe groep een krachtig pressiemiddel. Schneider/Legrand zal met name in staat zijn een groothandelaar te

dwingen zijn nieuwe producten of producten die de groothandelaar nog niet aanbiedt, in zijn assortiment op te nemen. [...] ²⁰⁸.

Conclusie

592. Zoals hierboven is toegelicht is in de betrokken landen een zeer groot aantal installateurs en paneelbouwers actief. Gezien het gefragmenteerde karakter van deze markt en de bestaande merktrouw lijkt deze vraagzijde niet in staat een significante druk op de gefuseerde entiteit uit te oefenen.
593. Alleen de groothandelaren, en met name de grootste onder hen, zouden in voorkomend geval kunnen pogen zich te verzetten tegen een prijsstijging van de kant van Schneider/Legrand, maar hun animo daartoe zal gering zijn, en wel om drie hoofdredenen:
- (i) een prijsverhoging van de nieuwe groep voert niet tot een verlaging van hun winstmarges. Integendeel, een hogere prijs resulteert in een verhoging van het bedrag van de omzet in producten van Schneider/Legrand, wat de groothandelaar een hogere volumekorting levert.
 - (ii) de groothandelaren zullen in hoge mate afhankelijk zijn van de nieuwe groep, die door middel van de kortingsregelingen voor een aanzienlijk deel het bedrag van hun winstmarges kan bepalen. Elke poging om zich tegen een prijsverhoging van Schneider/Legrand te verzetten door voor een deel van de vraag naar andere fabrikanten over te gaan, zou dientengevolge voor de groothandel een aanzienlijk risico met zich brengen.
 - (iii) een poging van de kant van groothandelaren om voor een deel van de vraag naar producten van andere fabrikanten te gaan, zou op zijn minst op korte en middellange termijn een stijging van hun opslag- en vervoerskosten met zich brengen. In de praktijk hechten installateurs niet alleen veel waarde aan merken, maar ook aan een onmiddellijke of bijna onmiddellijke leverbaarheid ervan. Een groothandel die zijn verkoop van producten van een concurrent van Schneider/Legrand wil opvoeren, moet dus beginnen met het uitbreiden van zijn voorraad producten van deze concurrent, voordat hij kan beginnen met het op de markt brengen ervan.
594. Concluderend volgt uit het voorgaande dat de directe (groothandelaren) zowel als de indirecte (installateurs en paneelbouwers) afnemers van de partijen niet in staat zouden zijn zich tegen een prijsverhoging door de gefuseerde entiteit te verzetten. De installateurs en paneelbouwers zijn te gefragmenteerd om een inkoopmacht van betekenis uit te oefenen op de gefuseerde entiteit. Datzelfde geldt voor de groothandelaren in Spanje, Denemarken en Portugal. Daar komt bij dat een prijsverhoging niet noodzakelijkerwijs tegen de belangen van de groothandel ingaat, want hogere prijsniveaus zorgen bij hen bij gelijkblijvend aantal verkochte producten (en dus gelijke kosten) voor extra volumekortingen. Tenslotte verwerft de gefuseerde entiteit in de betrokken landen een zodanig sterke marktpositie (zowel dankzij de zeer sterke concurrentiepositie als door de omvang van zijn activiteitenpakket) dat de rol van onontkoombare aanbieder op de markt er nog door wordt versterkt, zodat de groothandel zich er in het algemeen liever bij zal aansluiten dan er tegenin zal gaan.

²⁰⁸ Middellangetermijnplan Spanje Bticino, bladzijde met aanduiding PMT2C'4. Document verstrekt als antwoord op vraag 315 van de vragenlijst van 6 april 2001.

C.1.4 Afwezigheid van significante druk van de zijde van de concurrentie

595. De uitkomsten van het onderzoek van de Commissie leren dat het voor de bestaande concurrenten moeilijk zou zijn druk van betekenis uit te oefenen op het concurrentiegedrag van de gefuseerde entiteit.
596. In de eerste plaats blijkt uit interne documenten van de partijen dat het voor de bestaande concurrentie zelfs al vóór de transactie moeilijk is het leiderschap van de partijen op de betrokken markten te betwisten. Zo stelt Legrand²⁰⁹ dat op het gebied van onder- en eindverdelers in Frankrijk [...]*
597. Over de Italiaanse markt op het gebied van onder- en eindverdelers verklaart Legrand²¹⁰ verder dat [...]*
598. Met betrekking tot eindverdelers in Spanje tenslotte voorziet Legrand eveneens [...]*
599. De aangemelde transactie zou de druk op de concurrentie nog doen toenemen. Deze zou zich in de eerste plaats kunnen voordoen op het niveau van de groothandel. Zoals hiervoor is toegelicht, zal de gefuseerde entiteit in staat zijn positie als onontkoombare en bevoorrechte partner van de groothandel in de betrokken landen te verstevigen. Hierdoor kan de gefuseerde entiteit zijn banden met de groothandel uitbreiden en verstevigen ([...]*). Deze allianties [...] zullen het imago van deze producten met betrekking tot goede service en snelle leverbaarheid nog verder versterken, wat de ontwikkeling van de andere merken nog meer in de weg zal staan. Dit verschijnsel zal zich des te sterker voordoen omdat, zoals de partijen onderstrepen, de betrokken groothandelaren op dit moment producten van een groot aantal andere merken voeren.
600. Deze ontwikkeling zal de bestaande onevenwichtigheid tussen de gefuseerde entiteit en zijn voornaamste concurrenten verder accentueren en de pogingen van deze concurrenten om te groeien in de weg staan. Aangezien groothandelaren het aantal merken dat ze voeren willen terugdringen en voorrang willen geven aan fabrikanten met omvangrijke productengamma's, bestaat het gevaar dat sommige fabrikanten waarvan de positie al zwak is en/of die een beperkt assortiment bieden (zoals [...] in Italië of [...] in Frankrijk en Spanje) gemarginaliseerd raken.
601. In de tweede plaats maakt de transactie het de concurrenten moeilijker op het niveau van installateurs en paneelbouwers. Daar blijkt uit het onderzoek van de Commissie dat in de betrokken landen het aanbod van de concurrenten (op punten als kwaliteit, merkreputatie, prijs, snelle levering, enz.) reeds nu vaak achterblijft bij dat van de partijen. Daarnaast bestaat, zoals hierboven is uiteengezet, het gevaar dat dit verschil in reputatie na de fusie nog groter wordt doordat elk van de merken waarover de gefuseerde entiteit dan beschikt waarschijnlijk wordt versterkt en het voor de concurrentie moeilijker wordt e toegang te krijgen tot de distributiekkanalen.
602. Als gevolg hiervan zal het de concurrenten steeds moeilijker vallen klanten van Schneider en Legrand voor zich te winnen, waardoor zij zich op de betrokken markten

²⁰⁹ Legrand, middellangetermijnplannen.

²¹⁰ Legrand, middellangetermijnplannen.

wellicht tot een volgersrol gaan beperken. Voor de gefuseerde entiteit daarentegen wordt het winnen van nieuwe klanten wellicht gemakkelijker door de versterking van de huidige positie van de partijen en de verzwakking van de concurrentie. Dit kan met name het geval zijn als de producten van de andere fabrikanten niet meer uit voorraad leverbaar zijn bij de voornaamste groothandelaren (wat voor installateurs, die geen eigen voorraden aanhouden, een absolute voorwaarde is). Dit effect zou nog worden versterkt als, zoals de partijen stellen, de merkentrouw van de afnemers niet zo sterk is als naar voren komt uit de bevindingen van het onderzoek van de Commissie.

603. De transactie zou eveneens kunnen leiden tot een teruggang van de activiteiten van de fabrikanten op het gebied van promotie en relatiebeheer voor installateurs en paneelbouwers. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt in de eerste plaats dat deze investeringen een aanzienlijk deel kunnen uitmaken (tot [10-20]*%) van de omzet die de fabrikanten in een land realiseren voor de betrokken producten. Bovendien gaat het bij deze uitgaven voor een belangrijk deel om permanente activiteiten en diensten (cursussen voor installateurs, technische ondersteuning, enz.). Tenslotte blijkt uit rapporten van verschillende zakenbanken²¹¹ dat op het gebied van laagspanningsmaterialen de winstmarge van merken toeneemt met hun marktaandeel. De versterking van de merken van Schneider en Legrand en de bijbehorende te verwachten verzwakking van hun voornaamste concurrenten zou dus het vermogen van de concurrentie kunnen aantasten om hun commerciële inspanningen in de betrokken landen op een levensvatbare manier voort te zetten en de kwaliteit van hun betrekkingen met installateurs en paneelbouwers op peil te houden.
604. Tot slot moet hier worden opgemerkt dat elke concurrent veelal slechts in één of twee segmenten (industrie, kantoor- of woongebouwen) actief is, terwijl na de transactie de gefuseerde entiteit zou beschikken over een volledige dekking van deze segmenten en een toonaangevend merk op elk ervan. Als, zoals hierboven is behandeld, de gefuseerde entiteit besluit de activiteiten van elk van zijn merken te concentreren op de specifieke sterke punten ervan, biedt dat de mogelijkheid speciale acties te ondernemen die specifiek op elk van de concurrenten zijn gericht. Uit interne documenten van de partijen blijkt overigens dat deze strategie in het verleden al in praktijk is gebracht. Volgens Legrand²¹² heeft Schneider, die in Portugal beschikt over zeer sterke posities op het gebied van kleine automaten, vooral voor toepassingen in de industriële en tertiaire sectoren, [...]*
605. Bovendien stelt de aanwezigheid op elk van de betrokken terreinen (zie tabel 30) met een zeer uitgebreid productengamma de gefuseerde entiteit in staat gerichte maatregelen tegen zijn concurrenten te treffen, bijvoorbeeld doordat zij door middel van speciale kortingsregelingen voor de groothandel een productlijn van een concurrent tegenwerkt.
606. In het licht van het voorgaande lijkt de transactie te voeren tot de vorming van een groep die de sterkten van elk van de twee ondernemingen combineert en hen bevrijdt van de concurrentie van de andere partij. Bovendien wordt elk van de partijen versterkt op het terrein van hun van oudsher erkende specialiteit en kan er een groep worden gevormd die

²¹¹ Rapport Crédit Suisse First Boston inzake Legrand (11 september 2000), Rapport Dresdner Kleinwort Wasserstein – Schneider (18 januari 2001).

²¹² Legrand, middellangetermijnplannen.

beschikt over merken die op elk van de drie toepassingsmarkten (woonsector, kantorenbouw en industrievestigingen) de standaard vormen.

607. Hierbij dient verder te worden opgemerkt dat de geïntegreerde activiteiten van de concurrenten van Schneider en Legrand niet in staat zullen zijn een daadwerkelijke concurrentiedruk op de gefuseerde entiteit uit te oefenen. Zoals hiervoor al is uiteengezet, hebben die concurrenten slechts marginale geïntegreerde activiteiten in de betrokken landen. Bovendien zullen zij, als ze bij de groothandel geen substantiële omzet vertegenwoordigen, ook met hun geïntegreerde verkopen niet daadwerkelijk kunnen concurreren.
608. Uit het voorgaande volgt dat de bestaande concurrenten van de partijen niet in staat zullen zijn voldoende druk uit te oefenen om de gefuseerde entiteit dwingend te beïnvloeden. Zoals zojuist is uiteengezet, geldt deze conclusie ook voor de voornaamste concurrenten van de partijen op de betrokken markten, namelijk de groepen (zoals ABB, Siemens en GE) die op de betrokken markten complete productengamma's kunnen aanbieden. Hij geldt echter in nog sterkere mate voor de fabrikanten met een beperkter productenaanbod (zoals Hager, J Müller en Geyer). Deze producenten, die nu al ten dele een marginale positie innemen, zouden zelfs het risico kunnen lopen hun toegang tot de groothandel te verliezen wanneer de aangemelde transactie eenmaal is doorgevoerd.
609. Tenslotte lijkt, zoals ook in het voorgaande is aangegeven, de toegang tot de betrokken markten des te lastiger omdat elke nieuwkomer meteen al met de formidabele concurrentiemacht van de partijen wordt geconfronteerd. Zoals hierboven is aangegeven, zullen de bestaande concurrenten van de partijen al worden verzwakt door de transactie, en het lijkt weinig twijfel dat het voor een nieuwkomer zeer moeilijk zal zijn om ook maar enig marktaandeel op de betrokken gebieden te veroveren. Deze conclusie wordt overigens bevestigd door de geschiedenis van de partijen. Schneider²¹³ stelt bijvoorbeeld [...]*. Als een zo breed gesorteerde en krachtige marktpartij als Schneider er ondanks verscheidene pogingen niet in is geslaagd een positie van betekenis te veroveren op een minder geconcentreerde markt dan de onderhavige, welke kans zou een nieuwkomer hier dan kunnen hebben?
610. Concluderend, en zoals één fabrikant heeft aangegeven²¹⁴, het “ontwikkelen van een productengamma dat vergelijkbaar is met dat van de nieuwe entiteit in alle betrokken landen is nauwelijks voorstelbaar. Het gaat om een investering per land van zo'n 5 tot 10 miljoen EUR en meer dan 10 jaar O&O-inspanningen. Alleen het verwerven van gamma's die al bestaan binnen toegankelijke ondernemingen, is een mogelijkheid die enigszins geloofwaardig is.”

C.1.5 Conclusies ten aanzien van laagspanningsverdelers

611. Uit het voorgaande volgt dat de aangemelde transactie de concurrentievoorwaarden op de Franse en Italiaanse markten van installatieautomaten, kleine automaten en kasten voor onderverdelers, de Franse en Portugese markt van aansluitautomaten en de Deense, Spaanse, Franse, Italiaanse en Portugese markten van kleine automaten, aardlekbeveiligingen en behuizingen voor eindverdelers feitelijk verandert. Verder

²¹³ Schneider, antwoord op vraag 84.

²¹⁴ Hager, antwoord op vragenlijst fase I.

verandert hij de concurrentievoorwaarden op de Franse en Italiaanse markt van onderverdelers en de Deense, Spaanse, Franse, Italiaanse en Portugese markt van eindverdelers. Tevens kan op grond van het hiervoor uiteengezette, met name de grote marktaandeelen van Schneider, de bekendheid van haar merken en haar voorkeursrelaties met de groothandel, worden geconcludeerd dat Schneider vóór de transactie een machtspositie inneemt op alle betrokken Franse markten, met uitzondering van de markt voor aansluitautomaten???

612. De transactie zou bijzonder grote gevolgen kunnen hebben voor de prijs van de betrokken producten. Zoals hiervoor is aangegeven, kenmerkt de vraag naar deze producten zich door een geringe elasticiteit. Door de totstandkoming van een partij die op de betrokken markten absoluut onontkoombaar is, de verzwakking of zelfs marginalisering van andere concurrenten en het wegvallen van de rivaliteit tussen Schneider en Legrand (een van de voornaamste motoren of zelfs de kern van de concurrentie op bepaalde betrokken markten, met name in Frankrijk) zal derhalve naar verwachting leiden tot een aanzienlijke verhoging van de prijzen van de betrokken materialen, zowel op het niveau van de installateurs en paneelbouwers als op dat van de eindgebruikers. Deze conclusie wordt gestaafd door het bestaan van significante prijsverschillen tussen lidstaten en het hoge prijsniveau op de meest geconcentreerde markten.

613. De Commissie concludeert derhalve dat de aangemelde transactie zal leiden tot het scheppen van een machtspositie op de Italiaanse markten van installatieautomaten, kleine automaten en kasten voor onderverdelers, op de Franse en Portugese markt van aansluitautomaten en op de Deense, Spaanse, Italiaanse en Portugese markten van kleine automaten, aardlekbeveiligingen en behuizingen voor eindverdelers. De transactie zal verder de bestaande machtspositie van Schneider op de Franse markten van installatieautomaten, kleine automaten en kasten voor onderverdelers, alsmede op de markten van kleine automaten, aardlekbeveiligingen en behuizingen voor eindverdelers versterken. Dezelfde conclusies gelden voor de Franse en Italiaanse markt van onderverdelers en voor de Deense, Spaanse, Franse Italiaanse en Portugese markten van eindverdelers.

C.2 De markt van kabeldraggers

614. De gefuseerde entiteit Schneider/Legrand zal marktleider worden op de Europese markt van kabeldraggers met een marktaandeel van ongeveer [10-20]*% (Schneider [0-10]*%, Legrand [10-20]*%). De belangrijkste concurrent zou Hager zijn, met een marktaandeel van [0-10]*% op EER-niveau. Schneider/Legrand zal aanwezig zijn in negen EER-lidstaten, Hager in elf. De voorgestelde transactie voert slechts op één geografische markt, die van het Verenigd Koninkrijk, tot samenvoeging van marktaandelen.

C.2.1 De uit de fusie ontstane entiteit zal op de Britse markt veel grotere marktaandelen hebben dan de concurrenten.

615. Onderstaande tabel 32, gebaseerd op door de partijen verstrekte gegevens²¹⁵, geeft een overzicht van de marktaandelen van de voornaamste concurrenten op de Britse markt van kabeldraggers in 2000.

²¹⁵ Antwoord van de partijen van 22 juni 2001 op een verzoek van de Commissie van 19 juni 2001.

Tabel 32

Concurrent	Marktaandeel (in %)
Legrand	[30-40]*
Schneider	[0-10]*
RM Cable Tray	[0-10]*
Unitrust	[0-10]*
Unitrunk	[0-10]*
Ackermann	[0-10]*
Andere	[30-40]*

Bron: Partijen.

616. In hun memorie van antwoord²¹⁶ voeren de partijen aan dat hun eerder aan de Commissie verstrekte schattingen van marktaandelen onjuist zijn. Zij leggen uit dat bij deze eerste schattingen materialen zijn meegeteld die dienen voor het transport van elektriciteit voorbij de eindverdelers, die eigenlijk tot de afzonderlijke productmarkt van in het zicht blijvende leidingen behoren. Na correctie van deze fout zouden de marktaandelen van de voornaamste fabrikanten op de betrokken markt als volgt zijn:

²¹⁶ Punten 500 en 533.

Marktaandelen op de markt van kabeldraggers in het Verenigd Koninkrijk - partijen

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

Bron: Partijen.

617. De tweede raming van de partijen wijkt in wezen alleen van de eerste af met betrekking tot Unitrust/Tyco, waarvan het marktaandeel van [20-30]*% bij de tweede raming aanvankelijk slechts [0-10]*% bedroeg.
618. Uit de door de Commissie verrichte verificaties blijkt evenwel duidelijk dat bij de tweede raming van de partijen de positie van Unitrust/Tyco is overschat. Het marktaandeel van deze onderneming ligt [tussen 5% en 15%]*, dus op een niveau dat dicht bij de eerste indicatie van de partijen ligt.
619. Bovendien is bij de twee raming van de partijen geen rekening gehouden met het marktaandeel dat Schneider met het merk Wibe in handen heeft. Uit door de partijen verstrekte informatie²¹⁷ blijkt dat Wibe [0-10]*% van de betrokken markt vertegenwoordigt.
620. Gezien de uitkomsten van de verificaties van de Commissie kan worden geconcludeerd dat de marktaandelen van de voornaamste concurrenten ongeveer de volgende zijn:

Marktaandelen op de markt van kabeldraggers in het Verenigd Koninkrijk

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

Bron: onderzoek van de Commissie

621. Na de voorgestelde transactie zouden Schneider/Legrand een marktaandeel van rond [30-40]*% hebben, dus viermaal zo groot als dat van de eerstvolgende concurrenten, RM Cable Tray en Unitrust/Tyco. De betrokken markt zal dus in termen van marktaandelen worden gekenmerkt door de aanwezigheid van één sterk overheersende marktleider en verscheidene volgers.

²¹⁷ E-mailbericht van de partijen van 30 juli 2001 in antwoord op een verzoek van de Commissie van 20 juli 2001.

622. Bovendien zal Schneider/Legrand in verscheidene segmenten van de Britse markt van kabeldragers een nog groter marktaandeel hebben, zoals te zien is in de volgende, op gegevens van de partijen²¹⁸ gebaseerde tabel.

Tabel 33

	Stalen kabeldragers	Stalen kabelladders	Kabeldragers van staaldraad	Kabeldragers van kunststof	Kabeldragers en –ladders van met glasvezel versterkte kunststof
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]*%
Andere	[0-10]*% (Perfast/Cablok)	[10-20]*% (Vantrunk)	[20-30]*% (Obo Bettermann)	10-20]*% (Marshall Tufflex)	[10-20]*% (diverse)

623. Na de transactie zal Schneider/Legrand dus niet alleen verreweg de grootste groep op de Britse markt van kabeldragers in het algemeen zijn, maar zal de entiteit tevens buitengewoon sterke posities innemen in bijna alle afzonderlijke segmenten van deze markt. De positie ervan zal alleen nog zwak zijn in het segment van “steel strut-channel support systems”, waar de entiteit een marktaandeel zal hebben van [0-10]*% en zal worden overtroffen door Unitrust (marktaandeel [40-50]*%) en Metsec ([10-20]*%).

624. De aangemelde transactie heeft dus als tweevoudig effect dat Schneider wordt versterkt door (i) de toevoeging van de marktaandelen van Legrand op de marktsegmenten van stalen kabeldragers waar het bedrijf al een machtspositie inneemt, (ii) de toevoeging van de posities van Legrand in de marktsegmenten van kabeldragers van kunststof en met glasvezel versterkte kunststof, waar het bedrijf voordien niet aanwezig was.

625. In hun memorie van antwoord hebben de partijen aangegeven dat [een belangrijk deel]* van de door Mita verkochte kabeldragers in werkelijkheid bestaat uit kokers van gelast ijzerdraad die door een ander bedrijf (Métal Déployé) worden gemaakt. Verder hebben zij verklaard dat Mita dit contract met Métal Déployé (dat betrekking heeft op zowel de distributie door Mita van de producten van Métal Déployé als het gebruik van de merknaam Cablofil, die eigendom is van Métal Déployé) ging verliezen. [...]*. Volgens de partijen vertegenwoordigden de door Métal Déployé geleverde en onder de naam Cablofil in de handel gebrachte kokers van gelast ijzerdraad een marktaandeel van [0-10]*% op de Britse markt, wat het marktaandeel van Schneider op [0-10]*% brengt, als we Thorsmann meerekenen. Bovendien voeren de partijen aan dat Métal Déployé op korte termijn een serieuze concurrent op de betrokken markt gaat vormen. Dit bedrijf is namelijk voornemens een dochteronderneming op te richten op de Britse markt, die

²¹⁸ Antwoord van de partijen van 19 juli 2001 op een verzoek van de Commissie van 12 juli 2001.

overeenkomstig de condities van de overeenkomst tot beëindiging van het contract met Mita gebruik zal maken van het door Mita opgebouwde verkoopapparaat voor kabeldragers van gelast ijzerdraad en ook de bekendheid van het merk Cablofil op deze markt zal benutten.

626. Hierbij moet allereerst worden opgemerkt dat het leveringscontract tussen Mita en Métal Déployé nog niet daadwerkelijk is opgezegd, [...]*. Bovendien kan Mita, aangenomen dat dit wel gebeurt, gemakkelijk zijn behoeften aan de betrokken producten dekken bij Wirtemold, een dochteronderneming van Legrand die dezelfde producten op de markt brengt. De partijen hebben bijvoorbeeld verklaard dat Wiremold een leveringscontract heeft met PEMSA. Bovendien zijn, zoals de partijen ook erkennen, kabeldragers van staal, kabeldragers van staaldraad en stalen kabelladders onderling substitueerbaar. Tenslotte zou het verlies van het merk Cablofil voor Mita worden gecompenseerd door het feit dat dit merk was verbonden met de naam Mita (zoals in de Mita-productencatalogussen tot uitdrukking komt). Om deze reden wordt Mita niet significant verzwakt door een hypothetische opzegging van de overeenkomst met Métal Déployé inzake de levering van kabeldragers en het gebruik van de merknaam Cablofil.
627. Wat het tweede door de partijen aangevoerde argument aangaat, te weten de aanstaande komst van Métal Déployé op de Britse markt, moet allereerst worden opgemerkt dat dit voorlopig nog niet zeker is: het gaan nog maar om een voornemen van die onderneming. Hoe dit ook zij, zelfs als dit plan wordt uitgevoerd, betekent dat niet automatisch dat Métal Déployé de marktaandeelen verovert die Mita heeft door de verkoop van de producten van Métal Déployé. Zoals hiervoor al is aangevoerd is het merk Cablofil tot dusver gebruikt in combinatie met (en onder de paraplu van) het merk Mita. Het merk Cablofil zal dus niet de volledige kracht en naamsbekendheid genieten die het merk Mita Cablofil heeft opgebouwd. In de tweede plaats zal Métal Déployé de in het voorgaande beschreven obstakels moeten overwinnen waarmee de markt van kabeldragers een nieuwkomer confronteert. Op de Britse markt zullen deze extra groot zijn doordat de gefuseerde eenheid er zo'n sterke plaats inneemt (zoals hierna wordt geanalyseerd).

C.2.2 De uit de fusie ontstane entiteit zal beschikken over een breder productenpakket dan de concurrentie

628. Over het geheel genomen vormt Schneider/Legrand een groep die op alle segmenten van de Britse markt van kabeldragers aanwezig is. Geen enkele concurrent van de groep beschikt over een productengamma dat alle segmenten van deze markt omvat. Met name biedt geen van de voornaamste concurrenten ook kabelladders van kunststof en kabeldragers van met glasvezel versterkte kunststof aan
629. Vóór de fusie is alleen Legrand actief in de segmenten van kabeldragers van kunststof en met glasvezel versterkte kunststof, met producten die onder het merk Legrand worden gebracht. Deze segmenten, die waarde uitgedrukt veel kleiner zijn dan de andere segmenten van de markt, hebben enigszins het karakter van nichemarkten die de grote marktpartijen links laten liggen. Zo zijn Schneider - met de merken Mita, Wibe en Thorsman - en de in 2000 door Legrand overgenomen groep Wiremold alleen actief op de verschillende marktsegmenten van stalen kabeldragers. De aangemelde transactie heeft dus tot gevolg dat er een marktdeelnemer ontstaat die op de betrokken markten een unieke positie zou innemen.

630. De onderstaande tabel geeft een overzicht van het productenaanbod van de voornaamste aanbieders op de markt in 2000.

Tabel 34

	“Steel Strut channels”	Stalen kabeldrag-ers	Stalen kabel-ladders	Kabel-dragers van staal-draad	Kabel-dragers van kunststof	Kabeldrag-ers van met glasvezel versterkte kunststof
Schneider / Legrand	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig
RM Cable Tray	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Afwezig	Afwezig
Unitrust	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Afwezig	Afwezig
Unitrunk	Afwezig	Aanwezig	Afwezig	Aanwezig	Afwezig	Afwezig
Vantrunk	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Aanwezig	Afwezig	Afwezig
Obo Betterman	Afwezig	Aanwezig	Afwezig	Aanwezig	Afwezig	Afwezig
Metsec	Aanwezig	Aanwezig	Afwezig	Afwezig	Afwezig	Afwezig
Perfast/ Cablok	Afwezig	Aanwezig	Aanwezig	Afwezig	Afwezig	Afwezig

631. Zoals hiervoor is uiteengezet, hebben kabeldrag-ers van met glasvezel versterkte kunststof technische kenmerken die ze zeer geschikt maken voor toepassing in corrosieve milieus. Deze producten zijn dus aan de vraagzijde moeilijk substitueerbaar door kabeldrag-ers van andere materialen. De gefuseerde entiteit Schneider/Legrand wordt op de betrokken markt derhalve met twee soorten concurrentie geconfronteerd: (i) relatief grote groepen die actief zijn op de segmenten van de markt die in waarde uitgedrukt het grootst zijn, namelijk de verschillen typen stalen kabeldrag-ers, en (ii) meer gespecialiseerde groepen die alleen actief zijn op het gebied van kabeldrag-ers van kunststof en van met glasvezel versterkte kunststof (zoals Marshall Tufflex) of op bepaalde segmenten van stalen kabeldrag-ers.

632. Deze situatie zal Schneider/Legrand in staat stellen eventuele pogingen van concurrenten om hun positie ten koste van de combinatie te versterken, te weerstaan door in de marktsegmenten waar deze concurrenten niet aanwezig zijn, prijsverhogingen door te voeren om het offensief in de andere segmenten met prijsverlagingen te beantwoorden. Omgekeerd zou Schneider/Legrand dankzij zijn unieke marktpositie plus de andere voordelen waarover de entiteit beschikt, wél in staat zijn de positie van elk van de twee categorieën concurrenten aan te vallen.

C.2.3 De uit de fusie ontstane entiteit zal beschikken over een ongeëvenaard pakket merken

633. Schneider/Legrand zal op de Britse markt van kabeldrag-ers beschikken over vijf handelsmerken. De groep Schneider heeft sinds de overname van Lexel de merken Thorsman, Mita en Wibe, en Legrand brengt de merken Legrand en Wiremold in.

Wiremold is een naam die in het Verenigd Koninkrijk heel bekend is op de markt van kabeldragers, want het is een van de merken met de grootste omzet.²¹⁹ Voorzover de Commissie bekend is, beschikt geen van de concurrenten over een pakket merken van gelijkwaardige kwaliteit of omvang.

634. De nieuwe groep zal dus in staat een commercieel beleid te voeren met een reeks merken waarmee heel gericht kan worden ingespeeld op elk van de segmenten van de vraag. Schneider/Legrand zal met name enkele merken specifiek kunnen richten op bepaalde speciale producten, zoals kabeldragers van met glasvezel versterkte kunststof, en zijn andere merken kunnen gebruiken voor de meest verkochte categorieën, bijvoorbeeld stalen kabelladders.
635. De omvang van het productassortiment zal Schneider/Legrand in combinatie met het grote aantal merken de mogelijkheid bieden zich tegelijkertijd als generalist en als specialist te positioneren, wat zeker op kortere termijn geen enkele concurrent de groep zou kunnen nadoen. Hierdoor kan de entiteit concurrenten op hun eigen specialistische kernmarkt beconcurreren dankzij prijsverhogingen van de andere merken, in segmenten waar zij minder last heeft van concurrentie.

C.2.4 De uit de fusie ontstane entiteit zal een bevoorrechte toegang tot de groothandel hebben

636. De partijen verklaren dat de fabrikanten van kabeldragers gemiddeld tussen 75% en 95% van hun omzet in kabeldragers via de groothandel in elektrische materialen realiseren.²²⁰
637. Schneider/Legrand zal dus voordeel hebben van zijn macht op andere markten van elektrische materialen in het Verenigd Koninkrijk en de daaruit voortvloeiende grote omzet die zijn producten genereren voor groothandelaren. De nieuwe groep zal bijvoorbeeld bij een van de voornaamste groothandelaren in het Verenigd Koninkrijk goed zijn voor 10% tot 20% van de omzet, terwijl ter vergelijking leverancier nummer twee van deze groothandelaar minder dan [0-10%]* daarvan vertegenwoordigt.
638. Gezien het belang van Schneider/Legrand voor de omzet van de groothandelaren en ook de effecten van de kortingsregelingen van de fabrikanten, zullen groothandelaren op zijn minst zeer geneigd zijn hun totale omzet in het hele productenpakket van de gefuseerde entiteit op peil te houden.
639. Bovendien zal Schneider/Legrand naar verwachting ook profiteren van de tendens in de groothandel om het aantal van hun leveranciers voor elk van de categorieën laagspanningsmaterialen te beperken. Deze ontwikkeling zal zich logischerwijze het sterkst doen gevoelen bij de soorten producten met een lage eenheidsprijs die veel ruimte in beslag nemen. Aangezien de gefuseerde entiteit marktleider is met, alle segmenten bijeengenomen, een marktaandeel dat ver boven dat van elk van de concurrenten ligt, zal zij een voorkeurspositie genieten als leverancier van de groothandel, waar de fabrikanten het merendeel van hun omzet realiseren.

²¹⁹ Antwoord van de partijen van 19 juli 2001 op een verzoek van de Commissie van 12 juli 2001.

²²⁰ Blz. 90 van Formulier CO.

C.2.5 De uit de fusie ontstane entiteit zal de enige aanbieder op de markt zijn die zowel kabeldragers als voorgesmonteerde kokersystemen levert

640. Schneider/Legrand zal de enige aanbieder op de Britse markt zijn die zowel kabeldragers als voorgesmonteerde kokersystemen levert. De concurrenten zijn namelijk elk slechts actief op een van deze twee productmarkten. Ofschoon de substitueerbaarheid aan de vraagzijde tussen kabeldragers en voorgesmonteerde kokersystemen beperkt is, zou de nieuwe groep toch profijt hebben van deze unieke positie. Zo zou zij in staat zijn de andere aanbieders op de markt van kabeldragers tegelijkertijd “van binnenuit” te beconcurreren met aanbiedingen van kabeldragers en “van buitenaf” met haar aanbod van voorgesmonteerde kokersystemen, althans bij transport- en distributietoepassingen waarvoor de twee productcategorieën enigszins substitueerbaarheid zijn.

C.2.6 Conclusie: de uit de fusie ontstane entiteit zal op winstgevende wijze de prijzen van zijn producten kunnen verhogen

641. Schneider/Legrand zal op de Britse markt van kabeldragers over verscheidene voordelen van betekenis op de concurrentie beschikken. Nog afgezien van een aanmerkelijk groter marktaandeel dan de concurrenten zal de gecombineerde entiteit in verscheidene marktsegmenten een bijzonder sterke positie innemen, over een ongeëvenaard aantal merken beschikken, een bevoorrechte toegang hebben tot de groothandel en een productassortiment dat zowel kabeldragers als voorgesmonteerde kokersystemen omvat. Zij zal dus een prijsverhoging van betrokken producten kunnen doorvoeren zonder dat dit zou leiden tot een dusdanig verlies aan marktaandeel dat deze verhoging onrendabel zou worden. Met name zou Schneider/Legrand de prijs van de onder bepaalde merken verkochte producten zodanig kunnen verhogen dat de vraag die naar andere merken uitwijkt, geheel of op zijn minst gedeeltelijk zou gaan naar zijn andere merken waarvan het bedrijf de prijs gelijk houdt. Om de hierboven geschetste redenen zouden concurrenten noch groothandelaren in staat zijn zich te weren tegen deze door de nieuwe groep geïnitieerde prijsverhoging te bestrijden. De Commissie concludeert daarom dat de aangemelde transactie leidt tot een machtspositie voor Schneider/Legrand op de markt van kabeldragers in het Verenigd Koninkrijk.

C.3. *Analyse van het effect van de concentratie op de markten van elektrische materialen en apparatuur voorbij de eindverdelers*

C.3.1 Inleiding

642. De aangemelde transactie zal door het samengaan van twee van de drie voornaamste concurrenten op Europese schaal op verscheidene productmarkten en nationale markten van elektrische materialen en apparatuur voorbij de eindverdelers een machtspositie versterken of scheppen.

643. Tot de betrokken producten behoort een grote verscheidenheid aan producten met zeer uiteenlopende functies, technische kenmerken en prijsniveaus. Deze producten hebben echter één gemeenschappelijk kenmerk: ze worden geïnstalleerd in het deel van het elektriciteitsnet dat voorbij de eindverdelers ligt. Wegens dit kenmerk worden ze ook wel aangeduid als “eindmaterialen”. De positie van deze producten in elektrische installaties houdt in dat er slechts geringe stroomsterkten doorheen gaan, in het algemeen van minder dan 40 ampère, of zelfs dat ze in het geheel niet met stroomvoerende delen in

contact staan. Voor deze producten worden daarom niet dezelfde technieken gebruikt als voor de hiervoor beschreven laagspanningsmaterialen. Verder worden sommige van deze producten in tegenstelling tot andere elektrische materialen in het zicht aangebracht in bewoonde delen van gebouwen of in kantoorgebouwen. Deze twee aspecten brengen met zich mee dat de marktwerking bij eindmaterialen deels afwijkt van die van de eerder besproken productcategorieën.

De rol en de onderlinge betrekkingen van de verschillende partijen op de markten van materialen en apparatuur voorbij de eindverdelers

De fabrikanten

644. Op de markten van materialen en de apparatuur die voorbij de eindverdelers worden geïnstalleerd, zijn Legrand, ABB en Schneider momenteel de voornaamste fabrikanten op Europees niveau. Alleen deze drie zijn aanwezig op alle of het merendeel van de betrokken nationale en productmarkten.

645. Van de overige fabrikanten zijn alleen Siemens en Hager binnen de EER actief op verscheidene nationale en productmarkten. Alle andere concurrenten zijn hetzij lokale aanbieders die slechts in één land sterk zijn vertegenwoordigd (bijvoorbeeld Niko in België op het gebied van contactdozen en schakelaars), hetzij ondernemingen die zich hebben gespecialiseerd in één of enkele categorieën producten (bijvoorbeeld Cooper op het gebied van noodverlichtingsystemen).

646. De volgende tabel geeft een overzicht van de activiteiten van de voornaamste fabrikanten in de verschillende door partijen gedefinieerde segmenten (die soms wat breder zijn dan de ten behoeve van deze beschikking gedefinieerde productmarkten) in de verschillende lidstaten. (** = marktaandeel van meer dan 50% ; * = marktaandeel van 20-50% ; * marktaandeel van 5-20 %).

Tabel 35

	Legrand	ABB	Schneider	Siemens	Hager
Contactdozen en schakelaars	*** 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
Regel-systemen			* DK	* D, FIN	
Beveiligings-systemen	** F * E, I, P		* FIN, S, N	** D, FIN * S	
Onderdelen voor communicatienetten	* F, I		** DK, N * FIN, NL, S		
Installatie-en bevestigings materiaal	*** F * E, IRL, NL, P	** FIN	*** DK, N ** F, FIN, S * I	* D	
In het zicht blijvende leidingen	*** P ** A, B, E, F * GR, IRL		*** S, N ** FIN, GB * DK, NL	* D	*** DK ** D * B, F,

					FIN, NL, P, S, N
--	--	--	--	--	---------------------

647. De fabrikanten van eindmaterialen ontlene hun kracht aan de bekendheid van hun merken en het vertrouwen dat installateurs en eindgebruikers daarin hebben. Fabrikanten streven naar voorkeursrelaties met groothandelaren door aanzienlijke kortingen en prijsreducties te bieden, maar ook door promotieacties voor hun producten te voeren bij vestigingen van de groothandelaren. Tenslotte onderhouden de fabrikanten ook rechtstreekse banden met de installateurs, iets wat absoluut noodzakelijk is om de vraag van die zijde te stimuleren. De fabrikanten geven cursussen, bieden computerprogramma's aan als steun bij het ontwerpen van elektrische installaties en het kiezen van de producten daarvoor, voeren gerichte promotieacties en stellen helpdesks beschikbaar. De uitgaven die Legrand aan deze vormen van marketing en ondersteuning besteedt, vertegenwoordigen ongeveer [0-10]*% van zijn omzet in Frankrijk, dat wil zeggen een bedrag van circa [100-800]* miljoen FRF.²²¹

De groothandel

648. De groothandelaren spelen een bijzonder belangrijke rol op de markt van eindmaterialen, doordat het grootste deel van de verkoop van dit type producten via hen loopt. Uit het onderzoek van de Commissie komt naar voren dat de partijen en hun concurrenten in het algemeen 90% of meer van hun orders voor eindmaterialen van de groothandel krijgen. Er zijn enkele uitzonderingen op deze regel, maar die betreffen alleen speciale productcategorieën (bijvoorbeeld telefoonaansluitingen en regelsystemen) en/of bepaalde landen. De groothandelaren zijn afhankelijk van de door de fabrikanten gecreëerde vraag en van de merken die bekendheid genieten bij installateurs en eindgebruikers. Zij zijn dan ook verplicht de veelgevraagde producten, in de praktijk de producten die op de markt worden gebracht onder merknamen die een grote bekendheid genieten, in voorraad te houden.

649. Hier komt bij dat de groothandel om redenen van rationalisatie streeft naar beperking van het aantal toeleveranciers. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt dat groothandelaren in het algemeen dit aantal voor elke productcategorie proberen te beperken tot drie of vier. Het feit dat de groothandelaren de inkoop willen concentreren op een beperkt aantal leveranciers, wordt in de hand gewerkt door allerlei kortingen die de grote fabrikanten hun aanbieden en die tot meer dan [30-60]*% van de omzet in hun producten kunnen oplopen. Dit stimuleert de groothandel om zich vooral toe te leggen op het verkopen van producten van fabrikanten en merken die al stevig gevestigd zijn en een flink marktaandeel bezitten. Aan de andere kant zijn er voor groothandelaren weinig stimulansen om veel te investeren in het ondersteunen van een klein merk of een nieuwkomer op de markt die zijn plaats daar nog moet veroveren. Het geldt voor alle laagspanningsmaterialen, maar in extra hoge mate voor de producten die voorbij de eindverdelers worden aangebracht. Er zijn op dit gebied namelijk diverse kleine, onafhankelijke fabrikanten actief, die gespecialiseerd zijn in het maken van één type product, dat zij slechts in een beperkt aantal lidstaten op de markt brengen. Vooral deze kleine aanbieders worden bedreigd door het streven van de groothandel naar rationalisatie en concentratie van de inkoop.

²²¹ Middellangetermijnplan 2001-2005 Legrand SNC France. Document verstrekt als bijlage bij het antwoord van Legrand op vraag 315 van de vragenlijst van 6 april 2001.

650. Tenslotte heeft het onderzoek van de Commissie onomstotelijk aangetoond dat de handelsbetrekkingen tussen groothandel en fabrikanten van eindmaterialen op nationale of zelfs regionale basis zijn georganiseerd. Dit geldt voor alle commerciële aspecten en met name voor de keuze van leveranciers, de selectie van het te voeren productengamma, de vaststelling van prijzen en kortingen en de organisatie van gerichte promotionele acties. Tenslotte zijn de groothandelaren bij de keuze van te kopen producten weinig prijsgevoelig en letten ze meer op de handelskortingen en prijsreducties die de fabrikanten hen bieden, want die maken een aanzienlijk deel van hun winstmarge uit.

De installateurs

651. De installateurs zijn verantwoordelijk voor het installeren van de laagspanningsmaterialen bij de eindgebruiker. Zoals in het voorgaande is uiteengezet, stellen ze zich in het algemeen behoudend op en zijn ze sterk gehecht aan de merken die ze kennen en waarin ze vertrouwen hebben. Bij de materialen voorbij de eindverdelers zijn zij het veelal die de merkkeuze bepalen. Opdrachtgevers (architecten, technische bureaus, enz.) bemoeien zich in de praktijk maar heel zelden met deze keuze, behalve als het gaat om regel- en beveiligingssystemen en onderdelen voor communicatienetwerken, die veelal alleen in kantoorgebouwen worden aangelegd. De keuzevrijheid van installateurs op het punt van de merken kan echter wel beperkt worden door de wensen van de eindgebruiker, die vooral gebaseerd zijn op het uiterlijk van de producten. Het gaat dan voornamelijk om de contactdozen en schakelaars, zelden om andere producten.

652. Beslissende factoren bij de merkenkeuze van de installateur zijn de veiligheid, die in zijn ogen wordt gewaarborgd door een bekend merk waarin hij vertrouwen, het gemak van de montage bij het installeren en de mate waarin een merk uit voorraad leverbaar is bij zijn plaatselijke groothandel. De prijs speelt een veel minder belangrijke rol, want de mogelijke besparing die de aanschaf van goedkope producten kan opleveren, weegt in zijn ogen in het algemeen niet op tegen de extra tijd die nodig is om te wennen aan het installeren van een nieuw en onbekend product. En omdat de installateur niet zelf de eindgebruiker is, berekent hij de kosten van de geïnstalleerde producten toch door aan zijn klant.

De eindgebruikers

653. De eindgebruiker gaat het voornamelijk om het totale resultaat, namelijk de voltooide elektrische eindinstallatie. De enige prijs die hij kent is die van de complete installatie, waarvan het grootste deel bestaat uit de kosten van de werkuren voor het installeren. In de praktijk is de eindgebruiker niet op de hoogte van de exacte prijs van elk geïnstalleerd product, en dat interesseert hem normaliter ook niet. Hij zal in het algemeen echter wel meer belangstelling hebben voor de keuze van de eindmaterialen dan voor die welke vóór de eindverdelers wordt geïnstalleerd. De eindmaterialen en in het bijzonder de contactdozen en schakelaars, blijven namelijk in het zicht in woon- en kantoorgebouwen, waardoor daar persoonlijke esthetische criteria kunnen gaan meespelen.

De gefuseerde entiteit Schneider/Legrand zal op de meeste markten van materialen en apparatuur voorbij de eindverdelers in Europa een “onontkoombare” aanbieder zijn

De uit de fusie ontstane entiteit zal profiteren van een veel groter productengamma en een veel grotere geografische dekking dan enige concurrent

654. De uit de fusie ontstane entiteit zal beschikken over een zeer compleet productengamma dat alle markten van elektrische materialen voorbij eindverdelers dekt. Bovendien zal zij beschikken over een totale geografische dekking van de EER. De beoordeling van de rol die Schneider/Legrand op Europese schaal zou spelen, ontkracht geenszins de conclusie dat de relevante geografische markten de nationale markten zijn, maar is onderdeel van de analyse van de gevolgen die de concentratie voor elk van de betrokken nationale en productmarkten zou hebben.
655. Wat betreft de omvang van de productengamma's moet hier worden onderstreept dat Schneider en Legrand als generalisten reeds nu twee van de belangrijkste leveranciersgroepen zijn. Hun aanbod beperkt zich niet tot contactdozen en schakelaars, maar omvat voor elk van de twee groepen eveneens het installatie- en bevestigingsmateriaal en de in het zicht blijvende leidingen die direct met deze producten samenhangen, alsmede regel- en beveiligingssystemen en onderdelen voor de verbindingen in communicatienetten. Het aanbod van elk van de partijen is al breed, maar nog wel vergelijkbaar met dat van andere grote generalisten als ABB en Siemens en in mindere mate Hager en GE.
656. Het samenvoegen van het productengamma van Legrand met dat van Schneider resulteert in een productenaanbod van ongeëvenaarde omvang. Legrand bijvoorbeeld brengt bij de nieuwe combinatie zijn gamma van noodverlichtingen met eigen stroomvoorziening en zijn systemen voor toegangscontrole in, terwijl Schneider van zijn kant het aanbod van Legrand aanvult met zijn assortiment regelsystemen voor verwarming en verlichting. Verder levert het combineren van het aanbod van de twee groepen in VDI-aansluitingen en onderdelen voor communicatiesystemen een volledig gamma van VDI-producten (voice, data, images).
657. De entiteit Schneider/Legrand zal beschikken over een groter productengamma dan de andere generalisten. ABB bijvoorbeeld ontbreekt of is slechts marginaal aanwezig op de markt van installatie- en bevestigingsmateriaal en die van beveiligings- en bewakingssystemen.²²² Siemens ontbreekt op de markten van VDI-producten en van in het zicht blijvende leidingen.²²³ GE ontbreekt op de markten van beveiligingssystemen en VDI-producten.²²⁴ Hager ontbreekt op de markten van beveiligingssystemen, VDI-producten en van installatie- en bevestigingsmateriaal.²²⁵
658. Wat de geografische dekking aangaat zal de entiteit Schneider/Legrand binnen Europa eveneens een ongeëvenaarde positie innemen.

²²² Antwoord van ABB van 7 maart 2001.

²²³ Antwoord de Siemens van 28 februari 2001.

²²⁴ Antwoord de GE van 26 februari 2001.

²²⁵ Antwoord d'Hager van 6 maart 2001.

659. Zo is de Legrand-groep van oudsher bijzonder sterk in de zuidelijke EER-landen, waar de onderneming met name zeer aanzienlijke marktaandelen in handen heeft op het gebied van contactdozen en schakelaars in Frankrijk ([80-90]*%), Italië ([60-70]*%), Portugal ([50-60]*%) en Griekenland ([40-50]*%). Schneider daarentegen heeft een bijzonder sterke positie in de noordelijke EER-landen en sinds de overname van Lexel vooral ook in de Noordse landen. Schneider heeft met name grote aandelen in handen van de markten van contactdozen en schakelaars in Denemarken ([70-80]*%), Finland ([30-40]*%), Zweden ([40-50]*%) en Noorwegen ([50-60]*%). De voorgestelde transactie zou derhalve voeren tot het samenvoegen van belangrijke marktaandelen van Schneider in Noord-Europa met die welke Legrand in Zuid-Europa bezit.
660. Bovendien zal de transactie tot gevolg hebben dat de positie van elk van de partijen op diverse nationale markten waarop Schneider en Legrand tot dusver geen overheersende rol innemen, significant zouden worden versterkt. In Spanje bijvoorbeeld voert de transactie tot het combineren van het marktaandeel van [10-20]*% dat Schneider er in 2000 op het gebied van contactdozen en schakelaars had met de [10-20]*% die Legrand er bezit. De uit de fusie ontstane entiteit zal derhalve aanzienlijk worden versterkt en beter in staat zijn om de concurrentie aan te gaan met de marktleider, Simon, die er een marktaandeel heeft van [40-50]*%.
661. De enige landen waar de gefuseerde entiteit op geen enkele van de deelmarkten van eindmaterialen een groot marktaandeel zal bezitten, zijn Duitsland en in mindere mate Ierland en Nederland.
662. Tenslotte zal de transactie er ook toe leiden dat er een groep ontstaat die buitengewoon sterk is op het totaal van de markten van eindmaterialen in Frankrijk. Met name zal de gefuseerde entiteit daar beschikken over een bijna-monopolie op de markt van contactdozen en schakelaars, [80-90]*% in handen hebben van de markt van installatie- en bevestigingsmateriaal, [50-60]*% van die van noodverlichting en [90-100]*% van die van waterdichte apparatuur.
663. De door de fusie ontstane entiteit zal dus het voordeel hebben van een totale geografische dekking binnen de EER en een productenaanbod waarvan de omvang dat van de directe breed in Europa actieve concurrenten, te weten ABB, Siemens, GE en Hager, verre overtreft. Met name zal Schneider/Legrand op diverse nationale markten beschikken over verscheidene machtsposities, bijvoorbeeld op het gebied van contactdozen en schakelaars. Deze machtsposities zullen de nieuwe entiteit in staat stellen de eigen positie op andere productmarkten of andere nationale markten te versterken. Bovendien kan zij het feit dat zij op de meeste geografische en productmarkten een significante rol speelt, gebruiken om elke poging van concurrenten om hun positie te versterken op markten waar zij een vooraanstaande positie inneemt, doen mislukken.
664. In de memorie van antwoord die de partijen in reactie op de mededeling van punten van bezwaar hebben ingediend²²⁶ vechten zij deze analyse aan. De partijen baseren zich daarbij op een berekening van de positie van de voornaamste concurrenten op een hypothetische EER-markt van alle apparaten en materialen die voorbij de eindverdelers worden geïnstalleerd. Op de aldus gedefinieerde “markt” zou de gefuseerde entiteit een

²²⁶ Punt 569.

marktaandeel hebben van [10-20]* %, tegen [10-20]* % voor Siemens. Uit het overzicht dat de partijen ter onderbouwing hiervan hebben verstrekt en ook uit de bovenstaande tabel 35 blijkt evenwel dat Siemens zijn positie op deze hypothetische markt hoofdzakelijk dankt aan zijn betrekkelijk sterke aanwezigheid in slechts twee segmenten: regelsystemen en beveiligingssystemen. Bovendien is de rol van Siemens wat betreft deze marktsegmenten vooral geconcentreerd binnen één lidstaat: Duitsland.

665. De partijen hebben verder aangevoerd²²⁷ dat bepaalde specialistische bedrijven als Lucent, Pouyet, 3M, AMP, Quante, Alcatel et BICC op bepaalde gebieden uitgebreidere productengamma's aanbieden dan de "generalisten". Uit de namen die de partijen noemen ter onderbouwing van hun argumentatie, blijkt dat dit waarschijnlijk alleen geldt voor onderdelen voor communicatiesystemen. Hoe dit ook zij, zelfs als het productengamma van deze specialisten in diepte dat van de partijen en andere generalisten overtreft, betreft dit slechts gespecialiseerde terreinen met beperkte aantallen productcategorieën. Dergelijke situaties doen dus niets af aan de constatering dat de door de fusie ontstane entiteit zal beschikken over een aanbod van eindmaterialen waarvan de omvang dat van alle concurrenten, specialisten zowel als generalisten, overtreft.

666. Schneider/Legrand zal dus over een aanzienlijk groter productenaanbod en een aanzienlijk grotere geografische dekking beschikken dan enige concurrent.

De door de fusie gevormde entiteit zou over een assortiment merken beschikken dat door geen van de concurrenten wordt geëvenaard

667. Zoals in onderstaande tabel te zien is, zou de entiteit Schneider/Legrand op het gebied van eindapparatuur beschikken over een reeks merken die in aantal zowel als op het punt van bekendheid zijn gelijk niet heeft.

Tabel 36

Fabri- kanten	Merken	Productcategorieën (eindmaterialen) waarvoor de merken worden gebruikt	Landen waar de merken worden gebruikt
Schneider	Alombard	Contactdozen en schakelaars, installatie- en bevestigingsmateriaal	Frankrijk
	Dalcotech	Beveiligingssystemen	Denemarken
	Eljo	Contactdozen en schakelaars, installatie- en bevestigingsmateriaal	Zweden
	Elko	Contactdozen en schakelaars, regelsystemen, installatie- en bevestigingsmateriaal, VDI-materialen	Zweden, Finland, Griekenland
	Elsos	Contactdozen en schakelaars, regelsystemen, installatie- en bevestigingsmateriaal	Duitsland, Griekenland
	Esmi	Beveiligingssystemen	Finland, Zweden, Denemarken, Duitsland
	Eunea - Merlin	Contactdozen en schakelaars, installatie- en bevestigingsmateriaal	Spanje, Portugal

²²⁷ Memorie van antwoord op de mededeling van punten van bezwaar, punt 573.

Fabri- kanten	Merken	Productcategorieën (eindmaterialen) waarvoor de merken worden gebruikt	Landen waar de merken worden gebruikt
	Gérin		
	Jojo	Regelsystemen	Denemarken, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Zweden, Finland
	Lexel	Regelsystemen, VDI-materialen	Zweden, Denemarken, Finland
	LK	Contactdozen en schakelaars, regelsystemen, VDI-materialen, installatie- en bevestigingsmateriaal	Denemarken
	Merlin Gérin	Regelsystemen, beveiligingssystemen	Frankrijk
	Mita	In het zicht blijvende leidingen	Verenigd Koninkrijk, België, Ierland
	Multisignal	Beveiligingssystemen	Zweden
	Sarel	Contactdozen en schakelaars, installatie- en bevestigingsmateriaal	Frankrijk, Italië, Oostenrijk, België
	Schyller	Contactdozen en schakelaars	Italië
	Strömfors	Contactdozen en schakelaars, installatie- en bevestigingsmateriaal	Denemarken, Zweden, Finland, Duitsland
	Telesafe	Onderdelen van communicatienetwerken	Zweden, Duitsland, Nederland
	Thorsmann	Installatie- en bevestigingsmateriaal, in het zicht blijvende leidingen	Denemarken, Finland, Zweden, Verenigd Koninkrijk, België, Ierland, Nederland, Duitsland
Legrand	Legrand	Contactdozen en schakelaars, regelsystemen, beveiligingssystemen, VDI-materialen, installatie- en bevestigingsmateriaal, in het zicht blijvende leidingen	Frankrijk, Italië, Spanje, Portugal, Griekenland, Verenigd Koninkrijk, Zweden, België, Nederland, Oostenrijk, Duitsland, Luxemburg, Denemarken, Finland, Noorwegen
	Arnould	Contactdozen en schakelaars	Frankrijk
	Bticino	Contactdozen en schakelaars, regelsystemen, VDI-materialen, installatie- en bevestigingsmateriaal	Italië, Spanje, Portugal, Duitsland, België, Oostenrijk, Frankrijk, Nederland
	Quintela	In het zicht blijvende leidingen	Spanje, Portugal, Duitsland, België
	Tegui	Beveiligingssystemen	Spanje, Portugal
	Tenby	Contactdozen en schakelaars, VDI-materialen, installatie- en bevestigingsmateriaal	Verenigd Koninkrijk, Ierland
	Ortronics	VDI-materialen	Frankrijk, Italië, Verenigd Koninkrijk
	Planet- Watthom	In het zicht blijvende leidingen	Frankrijk, Nederland, Oostenrijk, Denemarken, Zweden, Finland, Duitsland

Fabri- kanten	Merken	Productcategorieën (eindmaterialen) waarvoor de merken worden gebruikt	Landen waar de merken worden gebruikt
	Ura/ Lumatic	Beveiligingssystemen	Frankrijk, Spanje, België, Zweden
ABB	ABB	Contactdozen en schakelaars, regelsystemen, VDI-materialen	Duitsland, Oostenrijk, Nederland, België, Luxemburg, Frankrijk, Italië, Spanje, Verenigd Koninkrijk, Ierland, Zweden, Noorwegen, Denemarken, Finland, Griekenland
	Busch- Jäger / BJE	Contactdozen en schakelaars, regelsystemen	Duitsland, Oostenrijk, Nederland, Griekenland
	Niessen	Contactdozen en schakelaars	Spanje
	Vimar	Contactdozen en schakelaars, beveiligings- en regelsystemen, VDI- materialen, installatie- en bevestigingsmateriaal	Italië
GE	GE	Regelsystemen	Duitsland, Nederland, België, Frankrijk, Italië, Spanje, Verenigd Koninkrijk
	AEG	Contactdozen en schakelaars	Duitsland, Noorwegen, Denemarken, Zweden, Italië
	Lemag	Contactdozen en schakelaars	Spanje, Portugal
	Graesslin	Contactdozen en schakelaars	Duitsland
Siemens	Siemens/ Cerberus	Regel- en beveiligingssystemen	Duitsland, Oostenrijk, België, Luxemburg, Frankrijk, Italië, Spanje, Nederland, Verenigd Koninkrijk, Zweden, Noorwegen, Denemarken, Finland, Griekenland, Portugal, Luxemburg

Bron: Partijen en derden.

668. Elk van de partijen beschikt al over brede waaier van merken die op verscheidene nationale markten een gevestigde positie hebben. De voorgestelde transactie zal ertoe leiden dat de merken van Schneider, die vooral in het noorden van de EER stevig gevestigd zijn (met name Elso, Elko en Thorsmann) en die van Legrand, die een bijzonder solide positie innemen in het zuiden van de EER (met name Bticino en Legrand), worden samengebracht in één groep. Bovendien zal Schneider/Legrand de beschikking krijgen over het merk Legrand, dat samen met het merk ABB de enige merknaam is van werkelijk Europese dimensie met een breed productenpakket op het gebied van apparatuur en materialen voorbij de eindverdelers.

669. In de memorie van antwoord die zij in reactie op de mededeling van punten van bezwaar hebben ingediend,²²⁸ voeren de partijen aan dat in elke lidstaat het aantal merken van de belangrijkste concurrenten groter zal zijn dan dat waarover de nieuwe entiteit gaat beschikken. Wat dit betreft kan worden volstaan met de vaststelling dat de partijen het aantal merken van de gefuseerde entiteit vergelijken met *het totaal* van de merken van alle concurrenten samen in elk land, met inbegrip van de merken van specialisten met zeer beperkte productengamma's, en niet met het aantal merken van elk van de concurrenten afzonderlijk.
670. De groep Schneider/Legrand zal door het aantal merken dat het heeft en de kwaliteit daarvan een aanzienlijk concurrentievoordeel hebben, gezien de rol en het belang van die merken voor de werking van de markt van de betrokken producten. Het merk vormt een bepalende factor bij de keuze van materialen en apparatuur voorbij de eindverdelers, met name voor de kleine installateurs, die de voornaamste afnemers zijn van dit soort producten. Kleine installateurs werken in het algemeen namelijk met een beperkt aantal verschillende merken, zodat ze dan een grondige kennis kunnen hebben van de technische kenmerken van hun materialen. Dat stelt hen in staat het installatieproces volledig te beheersen en tijd te besparen. Dit wordt overigens in de hand gewerkt door de fabrikanten zelf, die scholingen verzorgen voor kleine installateurs en computerprogramma's verspreiden voor het ontwerpen van elektrische installaties. Zeer veel fabrikanten en groothandelaren van Europese omvang hebben bevestigd dat op de meeste nationale markten de merken voor deze afnemers belangrijker zijn dan de prijs.²²⁹
671. Bovendien zal de samenvoeging van diverse bekende merken die worden gebruikt voor het op de markt brengen van gelijksoortige producten, Schneider/Legrand in staat stellen om voor de diverse merken een gedifferentieerd en complementair commercieel beleid te voeren. Op die manier zal de nieuwe groep heel gericht kunnen inspelen op de vraag en de concurrentie in elk afzonderlijk marktsegment. Met name zal de groep merken kunnen positioneren in het hoge, het midden- en het lage segment. Bijna alle andere aanbieders van materialen en apparatuur voorbij de eindverdelers beschikken slechts over één merk per productcategorie en/of nationale markt. Daardoor zullen zij, op zijn minst op korte en middellange termijn, niet in staat zijn zich tegen Schneider/Legrand teweer te stellen door het ontwikkelen van een soortgelijke commercieel beleid met verscheidene merken. Schneider/Legrand zal dus rechtstreeks en op het marktsegment dat hun kernmarkt vormt, de concurrentie kunnen aangaan met die andere aanbieders, en tegelijkertijd op andere markten andere merken kunnen gebruiken.
672. Legrand heeft een verkoopbeleid als hiervoor beschreven reeds toegepast in lidstaten waar de onderneming over meer dan één merk beschikt en plukt daar nu al de vruchten van. Zo wordt in een intern document van Legrand over de situatie in Italië²³⁰ uiteengezet dat de "synergetische" inzet van de merken Legrand en Bticino een van de sterke punten uitmaakt van de Legrand-groep in dit land. Het merk Bticino wordt voor het hoge marktsegment gebruikt, terwijl de producten met de merknaam Legrand in lagere prijsklassen op de markt worden gebracht. In een intern document van Legrand

²²⁸ Punt 577.

²²⁹ Zie met name het antwoord van Rexel van 25 juni 2001.

²³⁰ Middellangetermijnplan Italië Bticino, bladzijde met aanduiding Annexe 4.

over Portugal²³¹, een land waar Legrand over drie merken (Legrand, Bticino en Quintela) beschikt, wordt heel goed duidelijk waarom het interessant is een meermerkenbeleid te voeren. Dit document beschrijft in detail “de positie, de rol en de doelstellingen die elk (van de merken van de groep) zijn toegewezen”. Zo wordt hier aangegeven dat [...]*

673. De ontwikkeling van een samenhangend commercieel beleid op basis van verscheidene merken, telkens wanneer zich daartoe de mogelijkheid voordoet, wordt in een intern document van Legrand over de situatie in Frankrijk²³² overigens genoemd als een van de prioriteiten. In het document wordt gesteld dat versterking van een positie die als alternatief kan dienen naast het aanbod onder de naam Legrand de prioritaire strategische doelstelling is voor de onderneming en voor het merk Arnould (van de Legrand-groep) op de markt van eindaansluitingen (contactdozen en schakelaars) in dit land.
674. Ook Schneider maakt melding van het bestaan van een meermerkenbeleid bij Legrand en van het belang hiervan. Zo wordt in een intern document van deze onderneming over Spanje²³³ aangegeven dat de merken Legrand en Bticino elkaar in dit land “aanvullen” en “een verschillend karakter hebben”. Meer in het bijzonder wordt toegelicht dat het merk Bticino gepositioneerd is in het segment “prestige” terwijl het merk Legrand meer specifiek bestemd is voor de markt van de “grote bouwprojecten”.
675. Uit het voorgaande volgt dat de concurrentievoordelen die voor Schneider/Legrand voortvloeien uit het grote aantal merken, veel belangrijker zijn dan de extra kosten waarvan de partijen in hun memorie van antwoord melding maken²³⁴ en die verband houden met de noodzaak om te werken met uiteenlopende referentienummers, catalogussen en verpakkingen. In dit verband lijkt het veelzeggend dat zowel Schneider als Legrand de merken van ondernemingen op het terrein van eindmaterialen die zij de afgelopen jaren hebben overgenomen, hebben aangehouden, zoals te zien is in tabel 36 hierboven.

De uit de fusie ontstane entiteit zal een bevoorrechte positie innemen ten aanzien van de toegang tot de distributiekkanalen

676. Zoals in het voorgaande is uiteengezet, zal Schneider/Legrand door de omvang van zijn productengamma en de bekendheid van zijn merken in de meeste EER-lidstaten een aanzienlijk deel van de omzet van de groothandel vertegenwoordigen, en derhalve ook een belangrijk deel van hun inkoop (zie tabel 31 hiervoor). Dit maakt de nieuwe groep tot een “onontkoombare” partner voor de groothandel. Een groothandelaar zal namelijk over een compleet assortiment producten voor de elektrische installaties voorbij de eindverdelers kunnen beschikken door alléén bij Schneider/Legrand in te kopen. Een groothandelaar die daarvoor kiest, zal zijn klanten zelfs voor veel productcategorieën verschillende merken kunnen aanbieden in uiteenlopende prijsklassen.

²³¹ Middellangetermijnplan Legrand Portugal, bladzijde met aanduiding PMT 8.

²³² Bladzijde met aanduiding (PMT 7).

²³³ Strategisch driejarenplan Eunea, 1996, blz. 3.

²³⁴ Punt 580.

677. De handelsrelaties tussen de fabrikanten van de betrokken producten en de groothandel zijn hiervoor²³⁵ beschreven in het kader van de analyse van de gevolgen van de aangemelde transactie voor de concurrentie op het gebied van componenten voor laagspanningsverdelers. Voor de producten waar het nu om gaat bestaan dezelfde mechanismen om groothandelaren te stimuleren de producten van de fabrikanten te kopen.
678. De groothandel zal zeer sterk gestimuleerd worden om het niveau van hun inkoop bij Schneider/Legrand op zijn minst op peil te houden. Bovendien zullen deze ingewikkelde kortingsregelingen in combinatie met het grote aandeel van Schneider/Legrand in de inkoop van de groothandel, de nieuwe groep een krachtig pressiemiddel verschaffen. Schneider/Legrand met name in staat zijn een groothandelaar te dwingen zijn nieuwe producten of producten die de groothandelaar nog niet aanbiedt, in zijn assortiment op te nemen. Een dergelijke situatie doet zich deels al voor in landen waar een van beide groepen al een machtspositie heeft. Zo [...]*²³⁶.

De transactie Schneider/Legrand zou op verscheidene markten een belangrijke concurrentiefactor wegnemen

679. De rivaliteit tussen Schneider en Legrand was tot dusver een belangrijk factor in de concurrentievoorwaarden op verscheidene markten van eindmaterialen. Dit geldt met name voor de nationale markten waar een van beide een overheersende positie heeft en de andere die positie aanvalt of mogelijk zal gaan aanvallen.
680. Het is al uiteengezet dat Schneider een overheersende positie heeft op veel markten van bij eindmaterialen in Noord-Europa, terwijl Legrand een soortgelijke positie heeft op diverse nationale markten in Zuid-Europa.
681. Op de productmarkten in de Noordse landen waar Schneider marktleider is, vormt Legrand een potentiële concurrent waarvan de komst meestal op zeer korte termijn te verwachten is. Geografisch gezien is Legrand al aanwezig in de regio (in [...]*), maar op andere productmarkten. Het bedrijf brengt in [...]*, naast componenten voor laagspanningsverdelers, noodverlichtingssystemen met eigen voeding op de markt. Volgens eigen schattingen heeft Legrand [10-20]*% van de Zweedse markt voor noodverlichting met eigen voeding in handen.²³⁷ Verder wordt in ditzelfde document aangegeven²³⁸ dat het prioritaire doel van Legrand is [...]*.²³⁹ Legrand blijkt dus [...]* en verwachtte een krachtige reactie van de kant van Schneider. De voorgestelde transactie elimineert deze concurrentiefactor op zijn minst op de [...]* markt.

²³⁵ Zie de overwegingen 495 tot 502.

²³⁶ Middellangetermijnplan [...]* Bticino, bladzijde met aanduiding PMT2C'4. Document verstrekt als antwoord op vraag 315 van de vragenlijst van 6 april 2001.

²³⁷ Middellangetermijnplan Legrand, 2001-2005 – [...]*, bladzijde met aanduiding LRP 3 (next). Document verstrekt als antwoord op vraag 315 van de vragenlijst van 6 april 2001.

²³⁸ Bladzijde met aanduiding LRP 7.

²³⁹ Bladzijde met aanduiding Annex 3.

682. Wat betreft de nationale markten waar Legrand marktleider is op een of meer markten van eindapparatuur, namelijk in Frankrijk maar in mindere mate ook in Spanje, Italië, Portugal en Griekenland, is Schneider een directe en gevaarlijke concurrent van Legrand.
683. Zo wordt in een intern document van Legrand over de situatie in Frankrijk²⁴⁰, waar deze groep op het gebied van contactdozen en schakelaars een marktaandeel heeft van meer dan [80-90]*%, uiteengezet dat het grootste gevaar waarmee de groep wordt geconfronteerd, wordt gevormd door “het opbouwen door Schneider Electric met de merken Alombard-Sarel-Infra + van een concurrerend alternatief voor het merk Legrand op het gebied van eindmaterialen”. Op dezelfde bladzijde van dit document wordt verder opgemerkt dat [...]*. De door Alombard, Sarel et Infra + aangeboden productengamma’s dekken een zeer groot deel van de markten van eindmaterialen. Alombard et Sarel brengen contactdozen, schakelaars, installatie- en bevestigingsmateriaal en in het zicht blijvende leidingen op de markt. Infra + is specialist op het gebied van aansluitingen voor computernetwerken. Verder moet worden opgemerkt dat het aanbod van Schneider in Frankrijk kan worden aangevuld met Lexel-producten. De voorgestelde transactie heeft dus tot gevolg dat de totstandkoming van een werkelijke concurrentie voor Legrand in het land waar deze onderneming een overheersende positie inneemt, wordt verhinderd.
684. Evenzo wordt in een intern document van Legrand over Griekenland²⁴¹, waar Legrand bijna [40-50]*% van de markt van contactdozen en schakelaars in handen heeft, aangegeven dat [...]*.
685. In Italië, Spanje en Portugal is Schneider niet of slechts marginaal aanwezig op de markten van eindmaterialen. Het bedrijf heeft in deze landen echter wel een positie van betekenis op de markten van componenten voor laagspanningsverdelers. Het zou voor het bedrijf dus betrekkelijk gemakkelijk zijn om er zijn productgamma’s in het segment van de eindapparatuur uit te brengen, want de distributie hiervan loopt via dezelfde groothandelaren. In dit opzicht [...]***²⁴².

De uit de fusie ontstane entiteit zal in staat zijn zijn concurrenten te dwingen tot een wedloop in het uitbrengen van nieuwe productlijnen

686. Het met korte tussenpozen vernieuwen van productlijnen op het gebied van apparatuur en materialen voorbij de eindverdelers vormt voor de fabrikanten met de stevigste positie een strijdmiddel tegen de kleinere fabrikanten en is tegelijkertijd een middel om het imago van eigen merken op peil te houden of te verbeteren. Zo wordt in een intern document van Legrand over Italië²⁴³ aangegeven dat de frequentie waarmee het productengamma wordt vernieuwd, een van de sterke punten van de groep vormt. Vernieuwing van productengamma’s op het gebied van eindmaterialen is gericht op zowel aanpassing van het uiterlijk van de producten aan de wensen van de klant als op het uitbreiden van de functies ervan, met name door de toevoeging van elektronische functies, bijvoorbeeld op het gebied van detectie en afstandsbediening.

²⁴⁰ Middellangetermijnplan Arnould, bladzijde met aanduiding Annexe 3.

²⁴¹ Middellangetermijnplan Legrand, bladzijde met aanduiding PMT2C’4.

²⁴² Middellangetermijnplan Spanje Bticino, bladzijde met aanduiding PMT2C’4. Document verstrekt als antwoord op vraag 315 van de vragenlijst van 6 april 2001.

²⁴³ Middellangetermijnplan 2001-2005 Legrand Italië, bladzijde met aanduiding Annexe 4.

687. Het voortdurend vernieuwen van productlijnen heeft als doel en tot gevolg de levenscyclus van producten te verkorten en de middelen van kleinere concurrenten uit te putten teneinde die waar mogelijk uit de markt te drukken. Zo wordt in een intern document van Schneider²⁴⁴ over de onderneming Alombard aangegeven dat de levenscyclus van contactdozen en schakelaars steeds korter wordt (“shorter life time cycle”). [...]*.

Conclusie

688. De transactie Schneider/Legrand zal de structuur van de concurrentie op de markten voor eindapparatuur in een groot deel van de EER ingrijpend veranderen. Er zal een groep door ontstaan die over een reeks substantiële voordelen op de concurrenten beschikt, met name de omvang van het productenaanbod, de omvang van de geografische dekking, het grote aantal eigen merken en de betrekkingen met de groothandel. Gezien verder de fragmentatie van de vraag van installateurs en hun trouw aan de bekendste merken zal de nieuwe groep in staat zijn prijsverhogingen door te voeren zonder dat het effect ervan verloren gaat door overeenkomstige verliezen aan marktaandeel. Uit het onderzoek naar de stimulansen voor groothandelaren blijkt dat zij de neiging zullen hebben zich aan te passen aan het gedrag van Schneider/Legrand.²⁴⁵

C.3.2 Contactdozen en schakelaars

689. Op de markt van contactdozen en schakelaars hebben de partijen en hun voornaamste concurrenten de volgende marktaandelen.²⁴⁶

Tabel 37

Segment : 5A1 Eindaansluitingen (marktaandelen in 2000)					
	Schneider	Legrand	Hager	Siemens	ABB
Oostenrijk	[0-10]*%	[20-30]*%		[10-20]*%	[20-30]*%
België	[0-10]*%	[20-30]*%			
Duitsland	[0-10]*%	[0-10]*%		[10-20]*%	[30-40]*%
Denemarken	[70-80]*%				
Spanje	[10-20]*%	[10-20]*%			[10-20]*%
Frankrijk	[0-10]*%	[80-90]*%			
Finland	[30-40]*%				[30-40]*%
Griekenland	[0-10]*%	[40-50]*%		[10-20]*%	
Italië	[0-10]*%	[60-70]*%			[20-30]*%
Ierland		[10-20]*%			[0-10]*%
Luxemburg					

²⁴⁴ Product/marktstrategie Alombard. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

²⁴⁵ Zie de overwegingen 495 tot 502.

²⁴⁶ Deze door de partijen verstrekt gegevens hebben betrekking op “segment 5.A.1” en omvatten derhalve ook telefoon- en televisieaansluitingen, waterdichte apparatuur en het gedeelte van de VDI-aansluitingen dat is verkocht binnen productlijnen van contactdozen en schakelaars. De partijen hebben echter aangegeven dat de marktaandelen niet significant anders zouden zijn wanneer telefoon-, televisie- en VDI-aansluitingen en waterdichte apparatuur buiten beschouwing zouden worden gelaten.

Nederland		[0-10]*%			[30-40]*%
Portugal	[0-10]*%	[50-60]*%			
Ver. Koninkrijk	[0-10]*%	[10-20]*%	[0-10]*%		
Zweden	[40-50]*%				[10-20]*%
EG	[10-20]*%	[30-40]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
Noorwegen	[50-60]*%				[10-20]*%
EER	[10-20]*%	[20-30]*%	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%

Bron: Door de partijen verstrekte ramingen.

690. Uit deze cijfers komt naar voren dat Legrand in Frankrijk al een zo sterke machtspositie heeft dat het een bijna-monopolie betreft met een marktaandeel van [80-90]*%. Bij deze machtspositie en het nagenoeg totaal ontbreken van ABB en Siemens op de Franse markt is Schneider, met een marktaandeel van [0-10]*%, de enige concurrent die momenteel een geloofwaardige bedreiging kan vormen en daarmee de vrijheid van Legrand ten aanzien van zijn concurrentiegedrag kan beperken.

691. Schneider beschikt namelijk over twee gereputeerde merken, Alombard et Sarel. Het merk Alombard is vooral goed ingevoerd in het hoge segment van de markt. Als derde aanbieder op de markt op Europees niveau met sterke posities in Noord-Europa en tegelijkertijd belangrijke aanbieder op de andere markten voor laagspanningsdistributie in Frankrijk met een voorkeurstoegang tot de toonaangevende groothandelsgroepen is Schneider in staat de eigen marktpositie op het gebied van contactdozen en schakelaars in Frankrijk te handhaven en zelfs te versterken. Dit wordt overigens ook aangegeven in interne documenten van Legrand, waarin wordt verwezen naar de concurrentiedreiging die van Schneider uitgaat.²⁴⁷ De aangemelde transactie zou dus tot gevolg hebben dat deze concurrentiedruk van Schneider wegvalt. Er is verder echter slechts één andere aanbieder die zich op de Franse markt van contactdozen en schakelaars zou kunnen ontwikkelen omdat deze de Frans-Belgische techniek beheerst: het bedrijf Niko ([0-10]* % marktaandeel in 1999²⁴⁸). Daarvoor geldt echter [...]*, waardoor het uitoefenen van sterke concurrentiedruk tussen de twee merken aanzienlijk wordt bemoeilijkt. Doordat de aangemelde transactie leidt tot uitschakeling van de concurrentie van Schneider en een marktaandeel van [90-100]*% voor de gefuseerde entiteit, zou de bestaande machtspositie van Legrand in Frankrijk worden gestabiliseerd en aanzienlijk worden versterkt.

692. In de mededeling van punten van bezwaar heeft de Commissie naar voren gebracht dat de aangemelde transactie tevens machtsposities in Italië, Portugal en Griekenland zou scheppen of versterken.

693. In hun antwoord bestrijden de partijen deze analyse, waarbij zij aanvoeren dat ondanks de sterke posities van Legrand op de drie betrokken markten, de transactie geen beperkend effect zou hebben op de concurrentie omdat Schneider er maar betrekkelijk geringe marktaandelen heeft en andere concurrenten groter zijn.

²⁴⁷ Zie bovenstaande citaten, voetnoot blz. 210.

²⁴⁸ De gegevens omtrent de marktaandelen van alle concurrenten op de markt voor contactdozen en schakelaars die niet zijn vermeld in tabel 37, betreffen het jaar 1999 en zijn verstrekt door de partijen in formulier CO.

694. De argumentatie van de partijen is met betrekking tot de Italiaanse en Portugese markt aanvaardbaar, maar ten aanzien van Griekenland moet de conclusie van de mededeling van punten van bezwaar worden gehandhaafd.
695. In de eerste plaats is Schneider, zoals hiervoor is uiteengezet, de enige concurrent die in staat is op de markt van contactdozen en schakelaars op Europese schaal concurrentiedruk op Legrand uit te oefenen. Het feit dat Schneider op dit moment op bepaalde nationale markten soms een zwakke positie heeft, weerspiegelt dus niet noodzakelijkerwijs zijn concurrentiepotentieel. Slechts indien de uitgangspositie van Schneider werkelijk marginaal zou zijn vergeleken met die van de andere concurrenten, zou de vaststelling dat de transactie negatieve gevolgen heeft voor de concurrentie, niet gerechtvaardigd zijn.
696. In Italië heeft Legrand momenteel een machtspositie met een marktaandeel van [60-70]*% en twee goed ingevoerde merken: BTicino en Legrand. Schneider heeft er momenteel een marktaandeel van slechts [0-10]*%, terwijl andere aanbieders als ABB (via de dochteronderneming Vimar) met [20-30]*% en Gewiss met [10-20]*% een veel sterkere positie hebben op deze markt. Zelfs rekening houdend met het wegvallen van de potentiële concurrentie door Schneider, blijft de overlapping van de activiteiten van onvoldoende betekenis om met genoeg zekerheid te kunnen stellen dat de aangemelde transactie de concurrentievoorwaarden op de Italiaanse markt van contactdozen en schakelaars in zodanige mate zou veranderen dat de bestaande machtspositie van Legrand erdoor wordt versterkt.
697. Voor Portugal geldt hetzelfde: Legrand heeft er momenteel een zeer sterke positie met een marktaandeel van [50-60]*% en vier goed ingevoerde merken (Legrand, BTicino, Quintela en Terraneo). Schneider heeft er maar een marktaandeel van 1%. De voornaamste concurrenten van Legrand zijn op deze markt General Electric (GE), Elapel en JSL met marktaandelen van respectievelijk [20-30]*%, [10-20]*% en [0-10]*%. In die situatie is het niet mogelijk met voldoende zekerheid vast te stellen dat de eliminatie van de huidige en potentiële concurrentie van Schneider zal leiden tot het scheppen of versterken van een machtspositie.
698. In Griekenland is de situatie echter anders. Ook op die markt heeft Legrand met [40-50]*% een groot marktaandeel en is er een aanzienlijk kloof met de voornaamste concurrenten Siemens ([10-20]*%), Berker ([10-20]*%) en Jung ([10-20]*%). Daarmee heeft het bedrijf echter nog geen machtspositie zoals die waarover het bijvoorbeeld in Italië en Portugal beschikt. Schneider is met zijn merk de vierde in grootte, met een marktaandeel van [0-10]*%. Legrand beschouwt dit bedrijf echter als een belangrijke concurrent.²⁴⁹ De aangemelde transactie zal deze concurrent uitschakelen en een marktleider creëren met een aandeel van [40-50]*%, dus driemaal het aandeel van Siemens en drieëneenhalf keer het aandeel van de twee daaropvolgende concurrenten. Naast de door de fusie ontstane entiteit zal Siemens de enige concurrent zijn met een positie van betekenis op andere markten - zowel geografische als productmarkten. Berker en Jung daarentegen zijn Duitse MKB-bedrijven die zich hebben gespecialiseerd op de markten van materialen en apparatuur voorbij de eindverdelers.

²⁴⁹ Middellangetermijnplan Legrand Griekenland, zie voetnoot blz. 211.

699. Samenvattend wordt vastgesteld dat, gezien (i) de bestaande sterke maar nog niet duidelijk dominante positie van Legrand, (ii) de toevoeging van de niet verwaarloosbaar geringe bijdrage van Schneider aan die positie en (iii) de verhoudingsgewijs veel zwakkere positie van de resterende concurrenten, de aangemelde transactie de concurrentievoorwaarden op de Griekse markt van contactdozen en schakelaars aanzienlijk zal veranderen en zal leiden tot een machtspositie van de uit de fusie ontstane entiteit.
700. De Commissie concludeert op grond hiervan dat de aangemelde transactie in Frankrijk een machtspositie op de markt van contactdozen en schakelaars zal versterken en in Griekenland een dergelijke positie zal scheppen.

C.3.3 Waterdichte apparatuur

701. Op de markt van waterdichte apparatuur zijn er overlappingsen van marktaandeelen van de partijen in Duitsland, Spanje, Frankrijk en Griekenland. Deze overlappingsen zijn in Duitsland niet van dusdanige omvang dat daar concurrentieproblemen ontstaan (volgens de partijen heeft Legrand er een marktaandeel van [0-10]* % en Schneider van [0-10]*%), en ook in Griekenland is dat niet het geval (Legrand heeft er volgens de partijen een marktaandeel van [20-30]*% en Schneider van [0-10]* %). In Frankrijk en Spanje daarentegen gaat het om aanzienlijk grotere marktaandeelen.
702. Ten aanzien van Frankrijk geven de partijen aan dat het marktaandeel van Legrand in 2000 [80-90]*% bedroeg en dat van Schneider [0-10]*%. Deze informatie komt globaal overeen met schattingen die Legrand in het Plan middellange termijn Frankrijk 2001 – 2005 vermeldt: daarin staat dat Legrand (met inbegrip van Arnould) er een marktaandeel zou hebben van [90-100]*% en Schneider van [0-10]*%. Volgens elk van deze schattingen heeft Legrand een uitgesproken machtspositie op de Franse markt voor waterdichte apparatuur. De aangemelde transactie zal een eind maken aan alle concurrentie die er nu nog op deze markt bestaat en daarmee deze machtspositie versterken.
703. Voor Spanje hebben de partijen de marktaandeelen in 2000 geschat op [30-40]*% voor Legrand en [0-10]*% voor Schneider, uitgaande van een raming van een totale marktomvang van [10-30]* miljoen EUR. In het middellangetermijnplan 2001-2005 van BTicino Spanje wordt de marktomvang geraamd op [1 000-3 000]* miljoen peseta, dus [0-10]* miljoen EUR, en volgens ditzelfde document zou Legrand er (met inbegrip van BTicino) een marktaandeel hebben van [60-70]*% en Schneider, Simon en Gewiss van elk [0-10]*%.
704. Legrand heeft toegelicht dat de cijfers in de middellangetermijnplannen ramingen zijn van de verkoopafdelingen in die landen, die als voornaamste informatiebron de groothandel hanteren en daardoor de neiging zouden hebben de totale omvang van de markt te onderschatten. Legrand heeft echter wel toegegeven dat bij waterdichte apparatuur verreweg het grootste gedeelte van de verkoop via de groothandel loopt, zodat de raming van de omvang van de markt toch bij benadering de juist zou zijn.²⁵⁰

²⁵⁰ Antwoord van 10 juli 2001, vraag 21, waarin wordt verwezen naar de antwoorden op de vragen 20 en 4.

Legrand heeft namelijk niet aangegeven dat het bedrijf waterdichte apparatuur via enig ander kanaal dan de groothandel zou afzetten.²⁵¹

705. Volgens Schneider zou het marktaandeel van Legrand [40-50]*% bedragen en dat van Schneider [0-10]*%, terwijl de marktomvang [1 000-3 000]* miljoen peseta, dus [0-10]* miljoen EUR zou bedragen.
706. Een derde heeft overigens schattingen opgegeven van marktaandelen die liggen tussen [50-80]*% voor Legrand en beneden [0-10]*% voor Schneider; volgens deze derde bedraagt de omvang van de markt [0-10]* miljoen EUR.²⁵²
707. Na vergelijking van deze verschillende schattingen omtrent de omvang en structuur van de markt van waterdichte apparatuur in Spanje komt de Commissie tot de conclusie dat de door de partijen in het kader van deze procedure verstrekte informatie waarschijnlijk een te hoge schatting bevatten van de marktomvang, waardoor het marktaandeel van Legrand wordt onderschat. De ramingen in het middellangetermijnplan van Legrand voor Spanje liggen daarentegen zeer dicht bij die van de bovenvermelde derde en ook bij de door Schneider verstrekte ramingen, althans wat de omvang van de markt aangaat.
708. De Commissie concludeert hieruit dat de omvang van de markt van waterdichte apparatuur in Spanje niet significant boven een bedrag van [0-20]* miljoen EUR uitkomt. Voegen we daar ten gunste van de partijen een veiligheidsmarge van [10-20]* % bij, dan kan de omvang van de markt worden geraamd op [0-20]* miljoen EUR. Dit zou betekenen dat, gezien de gegevens die de partijen zelf hebben verstrekt over hun omzet (Legrand: [0-10]* miljoen EUR, Schneider: [0-10]* miljoen EUR), het marktaandeel van Legrand kan worden geschat op minstens [40-50]*% en dat van Schneider op minstens [0-10]*%.
709. Uitgaande van deze gegevens is Legrand momenteel al duidelijk de marktleider, qua marktaandeel pas op geruime afstand gevolgd door de belangrijkste concurrenten (Simon, Gewiss), die in het middellangetermijnplan van Legrand worden geschat op elk [0-10]*%.²⁵³ De aangemelde transactie zou aan deze reeds sterke positie die van Schneider toevoegen. Daarbij moet worden opgemerkt dat het betrekkelijk geringe marktaandeel dat Schneider momenteel bezit op de Spaanse markt van waterdichte apparatuur, niet de ware concurrentiekracht van het bedrijf op deze markt weerspiegelt, aangezien Schneider er pas sinds 1999 actief is. Het feit dat Schneider in slechts twee jaar een aandeel van minstens [0-10]*% heeft kunnen veroveren op een markt waar het bedrijf daarvoor totaal ontbrak, bewijst integendeel dat deze onderneming in een goede positie verkeert om een concurrentiedruk van betekenis uit te oefenen op Legrand. Door deze concurrentie tussen Schneider en Legrand te elimineren kan de aangemelde transactie de door de fusie ontstane entiteit een machtspositie op de markt opleveren.
710. In hun antwoord op de mededeling van punten van bezwaar bestrijden de partijen deze analyse, waarbij zij twee argumenten aanvoeren.

²⁵¹ Antwoord van 10 juli 2001, vraag 19.

²⁵² Antwoord de Simon op vragenlijst concurrenten fase II (segment 5).

²⁵³ De partijen hebben in het kader van deze procedure geen schatting gegeven van de marktaandelen van deze concurrenten.

711. De toevoeging van Schneiders marktaandeel zou de positie van Legrand slechts in zeer geringe mate versterken en zou dus geen concurrentiebeperkend effect hebben.
712. Het betrekkelijk snelle succes van Schneider op de Spaanse markt voor waterdichte apparatuur toont aan dat deze markt zeer open is en dat elke nieuwe concurrent gemakkelijk toegang kan krijgen tot deze markt.
713. Het marktaandeel van [0-10]*% dat Schneider momenteel op deze markt heeft, is echter absoluut niet te verwaarlozen. Zoals hierboven uiteengezet duidt het op een aanzienlijk groeipotentieel, gezien de betrekkelijk recente entree van Schneider op de betrokken markt. Bovendien vertegenwoordigt het marktaandeel van Schneider reeds nu een significante positie vergeleken met die van de voornaamste concurrenten, Simon ([0-10]* %) en ABB/Niessen ([0-10]* %)²⁵⁴, vooral als daarbij wordt verdisconteerd dat Simon in Spanje marktleider is op het gebied van contactdozen en schakelaars en daar een marktaandeel heeft van [40-50]*%.
714. In antwoord op het tweede van de bovenstaande argumenten moet worden vastgesteld dat de snelle opkomst van Schneider op de Spaanse markt van waterdichte apparatuur vergeleken met de relatief zwakke positie van concurrenten als Simon en ABB/Niessen, die toch sterk aanwezig zijn op de markten voor gewone apparatuur, veel meer getuigt van het concurrentievermogen van Schneider dan van de afwezigheid van toegangsdrempels. Ten aanzien hiervan moet worden opgemerkt dat Schneider bepaald geen nieuwkomer is op de Spaanse markten van materialen voor laagspanningsdistributie. Schneider heeft namelijk een gevestigde positie op de Spaanse markten van componenten voor laagspanningsverdelers. Verder beschikt het bedrijf over een gamma van waterdichte apparatuur dat al met succes is uitgebracht op de Franse markt, uit welk land de in Spanje onder het merk Eunea verkochte waterdichte apparatuur overigens wordt ingevoerd. Er is geen enkele andere concurrent die tegelijkertijd beschikt over een gevestigde positie heeft op andere productmarkten in Spanje, een gereputeerd merk en een volledig productaanbod op het gebied van waterdichte apparatuur.
715. De Commissie concludeert op grond hiervan dat de aangemelde transactie een machtspositie op de Franse markt voor waterdichte apparatuur zal versterken en een dergelijke positie op de overeenkomstige Spaanse markt zal scheppen.

C.3.4 Noodverlichtingssystemen

716. Op de markt van systemen voor noodverlichting zijn er aanzienlijke overlappings van de activiteiten van de partijen in Frankrijk, waar Legrand (de dochterondernemingen URA en Lumatic meegerekend) een marktaandeel heeft van [50-60]*% en Schneider een van [0-10]*%. Gaat het alleen om systemen met eigen voeding, dan zijn de marktaandelen [60-70]*% voor Legrand en [0-10]*% voor Schneider. Terwijl Legrand deze producten zelf fabriceert, koopt Schneider ze voor de Franse markt voornamelijk in bij de onderneming Kaufel. De voornaamste concurrenten van de partijen zijn Cooper (merk Luminox; [10-20]*%) en Chubb ([0-10]*%); alle overige concurrenten hebben marktaandelen van minder dan [0-10]*%. Legrand is dus al onbetwist marktleider op dit terrein, met een marktaandeel dat bijna viermaal zo groot is als dat van de eerstvolgende

²⁵⁴ Marktaandelen volgens de memorie van antwoord van de partijen, punt 659.

concurrent. Op grond van deze positie kan worden gesteld dat Legrand op deze markt een machtspositie inneemt. Schneider daarentegen is nog maar een betrekkelijke nieuwkomer op de Franse markt van noodverlichtingen en had er in 1997 slechts een marktaandeel van [0-10]*%. In die tijd had Legrand nog een marktaandeel van [70-80]*% in handen. Dit toont aan dat Schneider in een tijdsbestek van slechts enkele jaren een serieuze concurrent van Legrand heeft kunnen worden. Schneider heeft een significant marktaandeel op de marktleider veroverd, en dit bedrijf is dus in staat een aanzienlijke concurrentiedruk op het gedrag van Legrand uit te oefenen. Deze vaststelling wordt bevestigd door een intern document van URA, dochteronderneming van Legrand, waarin staat dat “het moeilijk is de prijzen van de producten op peil te houden, doordat ze gangbaarder zijn geworden en door de aanval van Schneider die een dubbele neerwaartse druk uitoefent: die op de prijzen in het algemeen [...]” en die op de mix het assortiment, omdat Schneider zich bij zijn aanval vooral richt op de ‘basisproducten’”.²⁵⁵

717. Het bijeenbrengen van Schneider en Legrand zal een eind maken aan deze concurrentiedruk en de gefuseerde entiteit een marktaandeel geven van bijna [50-60]*% op het totale gebied van noodverlichtingssystemen en van meer dan [60-70]* % op het gebied van systemen met eigen voeding. Hierdoor zou de machtspositie van de gefuseerde entiteit zodanig worden versterkt dat de concurrenten, gespecialiseerde bedrijven die niet over vergelijkbare middelen en een vergelijkbare toegang tot de groothandel beschikken als Schneider, of potentiële nieuwkomers nog minder in staat zullen zijn het marktgedrag van de nieuwe groep effectief te beïnvloeden. Zoals een derde aangeeft²⁵⁶, maakt het door Schneider gehanteerde systeem van kortingen het andere partijen in feite onmogelijk om concurrerend op te treden.
718. In hun memorie van antwoord hebben de partijen deze analyse als zodanig niet bestreden, maar slechts aangevoerd dat de transactie geen negatieve consequenties heeft voor de concurrentie, waarbij zij zich baseren op een veel bredere markt van systemen voor beveiliging van personen (die zowel noodverlichtingen als systemen voor branddetectie omvat). Hiervoor is echter al aangetoond dat deze opvatting van de partijen niet juist is.
719. De Commissie concludeert op grond hiervan dat de aangemelde transactie een machtspositie zal versterken op de Franse markt van noodverlichtingssystemen of een mogelijk minder omvattende markt van noodverlichtingen met eigen voeding.

C.3.5 Analyse van de effecten van de concentratie op de concurrentie op het gebied van installatie- en bevestigingsmateriaal

720. De gecombineerde entiteit Schneider/LeGrand zal op Europees niveau de voornaamste aanbieder zijn op de markt van installatie- en bevestigingsmateriaal. Op EER-niveau zou de entiteit een samengevoegd marktaandeel hebben van [20-30]*% en in elf lidstaten zijn vertegenwoordigd. De partijen verklaren dat hun belangrijkste concurrent op Europees niveau Hager zal zijn, een onderneming met een marktaandeel van [10-20]*%, die echter

²⁵⁵ SAFT URA – Middellangetermijnplan 2001-2005.

²⁵⁶ Kaufel, e-mailbericht van 3 juli 2001.

slechts in één land, Duitsland, aanwezig is. Hager heeft evenwel aangegeven dat het bedrijf niet actief is op deze productmarkt.²⁵⁷

721. De aangemelde transactie zal leiden tot het samenvoegen van reeds zeer aanzienlijke marktaandelen op de Franse markt van installatie- en bevestigingsmateriaal.

De uit de fusie ontstane entiteit zal op de Franse markt een bijzonder groot marktaandeel bezitten

722. De entiteit Schneider/Legrand zal op de Franse markt van installatie- en bevestigingsmateriaal een marktaandeel van [70-80]*% hebben. Legrand heeft op deze markt een marktaandeel van [50-60]*%, en daar komt dan [20-30]*% marktaandeel van de kant van Schneider bij (cijfers voor 2000). De partijen zijn niet in staat geweest de andere aanbieders op deze markt te identificeren.

723. Bovendien zal het marktaandeel van de entiteit Schneider/Legrand voor bepaalde categorieën installatie- en bevestigingsproducten nog groter zijn. Zo bezit Schneider [20-30]*% en Legrand [40-50]*% (cijfers voor 2000) van de Franse markt van inbouw- en lasdozen.²⁵⁸ De partijen zijn niet in staat geweest aan te geven welke bedrijven hun concurrenten op het gebied van inbouw- en lasdozen. Legrand heeft verklaard dat deze productcategorie ongeveer 40% van het totaal van de betrokken markt uitmaakt.²⁵⁹

724. De voorgestelde transactie heeft dus tot gevolg dat de marktaandelen van de twee belangrijkste aanbieders op de betrokken markt worden samengevoegd.

De uit de fusie ontstane entiteit zal over een ongeëvenaard aantal merken beschikken

725. De entiteit Schneider/Legrand zal op de Franse markt van installatie- en bevestigingsmateriaal aanwezig zijn met vier zeer bekende merken. De merken Alombard en Sarel van Schneider worden door de transactie aangevuld door de merken Legrand en Arnould van Legrand. Al deze merken genieten grote bekendheid bij de installateurs, want ze vertegenwoordigen het merendeel van de verkoop van contactdozen en schakelaars in Frankrijk.

726. Deze situatie stelt de nieuwe groep in staat een commercieel beleid op basis van verscheidene merken te voeren teneinde heel gericht in te spelen op elk afzonderlijk segment van de vraag. Zo is Sarel vooral gericht op de vraag vanuit de industrie, terwijl Alombard bekendstaat als een topmerk. Legrand en Arnould hebben op hun beurt een uitstekende reputatie in de woningbouwsector. De entiteit Schneider/Legrand zal dus in staat zijn concurrenten te bestrijden door een van zijn merken op de kernmarkt van die concurrent te richten, terwijl de andere merken vrij blijven voor de overige marktsegmenten.

²⁵⁷ Antwoord van Hager van 6 maart 2001.

²⁵⁸ Antwoord van de partijen op vraag 239 van de vragenlijst van 6 april 2001.

²⁵⁹ Bijlage Legrand op vraag 239 van de vragenlijst van 6 april 2001.

De uit de fusie ontstane entiteit zal op alle Franse markten van eindmaterialen een sterke positie innemen

727. De entiteit Schneider/Legrand zal in Frankrijk buitengewoon sterk zijn op het gebied van apparatuur en materialen die voorbij de eindverdelers worden geïnstalleerd. De nieuwe groep zal met name op het gebied van contactdozen en schakelaars een marktaandeel hebben van meer dan [80-90]*%, en daarnaast [40-50]*% van de markt voor in het zicht blijvende leidingen in handen hebben (cijfers voor 1999).
728. Installatie- en bevestigingsmateriaal wordt afgezet via dezelfde kanalen als de andere laagspanningsmaterialen die tot de eindapparatuur worden gerekend, en de vraag naar deze producten is voornamelijk afkomstig van de installateurs. De partijen verklaren dat de fabrikanten [90-100]*% van hun omzet in eindapparatuur realiseren via de groothandel en dat de installateurs [90-100]*% uitmaken van de aan de groothandel gerichte vraag.²⁶⁰
729. De nieuwe groep zal dus zijn sterke positie op het totaal van de Franse markten voor eindapparatuur kunnen gebruiken om zijn positie op de markt van installatie- en bevestigingsmaterialen te handhaven of te versterken, want het gaat hier om sterk complementaire producten. Met name inbouw- en lasdozen dienen voor het monteren van andere soorten eindmaterialen. Zo staan in een catalogus van Legrand het aanbod van contactdozen en schakelaars, van in het zicht blijvende leidingen en van installatie- en bevestigingsmateriaal bij elkaar.²⁶¹ Evenzo wordt in een catalogus van Arnould uiteengezet welke typen contactdozen en schakelaars gemonteerd kunnen worden op de inbouwdozen van het model Igloo.²⁶²

De uit de fusie ontstane entiteit zal een bevoorrechte toegang hebben tot de groothandel

730. De partijen verklaren dat van het installatie- en bevestigingsmateriaal gemiddeld [90-100]*% op de markt wordt gebracht via de groothandel.²⁶³ Schneider/Legrand zal voor de afzet van installatie- en bevestigingsmateriaal beschikken over een bevoorrechte toegang tot dit distributiekanaal. De nieuwe groep zal namelijk op zijn minst voor de belangrijkste in Frankrijk werkende groothandelaren een leverancier zijn waar zij niet omheen kunnen.
731. Zo geeft Rexel, de voornaamste handelaar in elektrische materialen in Frankrijk met een marktaandeel van naar schatting [40-50]*%, aan dat Schneider/Legrand tussen [40-50]*% van zijn omzet²⁶⁴ zal vertegenwoordigen (zie tabel 31 hiervoor).
732. De nieuwe groep zal dus tegenover de tussenhandel een unieke positie innemen. In het licht van hetgeen hiervoor is uiteengezet over de kortingsregelingen van de fabrikanten, zullen groothandelaren alle aanleiding hebben ervoor te zorgen dat hun verkoop van

²⁶⁰ Formulier CO, blz. 102.

²⁶¹ Catalogus 2001 Legrand, blz. 206 e.v..

²⁶² Algemene catalogus Arnould 2001.

²⁶³ Formulier CO blz. 102. Zie ook bijlage Legrand op vraag 132 van de vragenlijst van 6 april 2001.

²⁶⁴ Antwoord van Rexel op de vragenlijst van de Commissie fase II.

installatie- en bevestigingsmateriaal van de nieuwe groep op zijn minst op hetzelfde niveau blijft.

De uit de fusie ontstane entiteit zal over een compleet gamma van installatie- en bevestigingsmateriaal beschikken (toegangsdrempel)

733. De markt van installatie- en bevestigingsmateriaal wordt gekenmerkt door het grote aantal producten, wat weer tot een nog groter aantal referentienummers leidt. Het feit dat de entiteit over een compleet productengamma beschikt, biedt in twee opzichten een belangrijk concurrentievoordeel.
734. Allereerst is het voor een installateurs gemakkelijker en sneller om alles of op zijn minst het meeste wat hij nodig heeft op het gebied van installatie- en bevestigingsmateriaal aan te schaffen bij één leverancier. Een installateur die ervoor kiest in te kopen bij verschillende leveranciers, zou namelijk ofwel een catalogussen van verschillende fabrikanten moeten doornemen ofwel bij de groothandel bij de producten van iedere afzonderlijke fabrikant moeten kijken. Dit zou hem veel tijd kosten, hetgeen bij het lage prijspeil van de betrokken producten niet verantwoord is.
735. In de tweede plaats heeft een fabrikant die over een compleet productengamma beschikt het voordeel dat deze producten onderling goed bij elkaar passen. Zo wordt in een catalogus van Sarel uitgelegd dat bepaalde lasklemmen en kroonstenen van Sarel gemakkelijk in te bouwen zijn in de lasdozen van het type Murabox.²⁶⁵
736. Tenslotte maakt het feit dat een fabrikant een volledig productengamma biedt, de installateurs ook meer vertrouwd met de toepassing ervan.

Conclusie

737. De voorgestelde transactie voert tot het wegvallen van een essentiële factor voor de concurrentievoorwaarden op de Franse markt van installatie- en bevestigingsmateriaal. Zij leidt namelijk het bijeenbrengen van de onbetwiste nummers één en twee op deze markt. De uit de fusie ontstane entiteit zal beschikken over alle middelen die nodig zijn om de Franse markt van installatie- en bevestigingsmateriaal te beheersen. Met name zal zij in staat zijn haar prijzen aan de markt op te leggen. Gezien haar sterke positie in de distributie zal de groothandel zich niet kunnen verzetten tegen dergelijke prijsverhogingen (zie hierboven). De aangemelde transactie voert dus tot het scheppen van een machtspositie op de Franse markt voor de verkoop van installatie- en bevestigingsmateriaal. In hun memorie van antwoord hebben de partijen deze conclusie niet bestreden.

C.3.6 Analyse van de gevolgen van de concentratie voor de concurrentie op de markt van transformatoren en voedingen

738. De activiteiten van de partijen komen op dit gebied voornamelijk overeen in Frankrijk, waar Legrand eigen producten verkoopt en Schneider producten die het bedrijf aanschaft van de Duitse fabrikant Murrelektronic.

²⁶⁵ Algemene catalogus 2001 van Sarel, blz. 448 en 449.

739. In hun memorie van antwoord hebben de partijen de onderstaande tabel verstrekt van de marktaandelen van de partijen zelf en hun voornaamste concurrenten op de twee markten van transformators en voedingen in Frankrijk.

Overzicht van marktaandelen op het gebied van transformators en voedingen

FRANKRIJK	Transformators en voedingen	Transformators	Voedingen
LEGRAND	[20-30]*%	[30-40]*%	[10-20]*%
SCHNEIDER	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
SCHNEIDER+LEGRAND	[20-30]*%	[40-50]*%	[10-20]*%
SIEMENS	[0-10]*%	[0-10]*%	[10-20]*%
CECLA	[0-10]*	[0-10]*%	[0-10]*%
ELC	[0-10]*%		[10-20]*%
LAMBDA	[0-10]*%		[10-20]*%
LUTZE	[0-10]*%		[10-20]*%
MURRELEKTRONIC	[0-10]*%		[10-20]*%
OMRON	[0-10]*%		[0-10]*%
MENG	[0-10]*%	[0-10]*%	[0-10]*%
MARY	[0-10]*%	[0-10]*%	
RAE	[0-10]*%	[0-10]*%	
PALMIERI ROBIN	[0-10]*%	[0-10]*%	
AEM	[0-10]*%	[0-10]*%	
OVERIGE (ongeveer 50)	[20-30]* %		

740. Uit deze gegevens komt naar voren dat Legrand momenteel in Frankrijk onbetwist marktleider is op het gebied van transformators, met een marktaandeel dat vijfmaal zo groot is als dat van de naaste concurrent, Siemens, en zes- à zevenmaal zo groot als dat van de nummers drie en vier, Schneider en Cecla. De rest van de markt, overeenkomend met [40-50]*% van de totale marktomvang, is gefragmenteerd: geen enkele andere concurrent heeft een marktaandeel van meer dan [0-10]*%. De aangemelde transactie zal dus leiden tot eliminatie van een van de drie enige concurrenten van Legrand waarvan de marktpositie niet onbetekenend is. Bovendien wordt hierdoor hij de afstand tussen het marktaandeel van de gefuseerde entiteit en dat van de daaropvolgende concurrenten met een factor zes (bij Siemens) dan wel (bij Cecla) vergroot.

740. Naast dit grote marktaandeel van de nieuwe zal de nieuwe entiteit een bevoorrechte positie genieten bij de groothandel. Dit aspect is bij de analyse van de betrokken markt van wat minder gewicht doordat de eindafnemers industriële kopers zijn die de mogelijkheid hebben om hun materialen via andere kanalen dan de groothandel aan te schaffen. Een aanzienlijk deel ([30-70]*%) van de betrokken producten wordt inderdaad ook door de fabrikanten rechtstreeks aan de eindafnemers verkocht. Uit de antwoorden die in de loop van het onderzoek van concurrenten zijn ontvangen, komt echter naar voren dat de toegang tot de groothandel toch wel invloed heeft op de concurrentievoorwaarden op de markt van transformators. Volgens één concurrent

beheerst Schneider namelijk de via de groothandel lopende verkoopkanalen steeds meer, wat het andere merken onmogelijk maakt distributiekkanalen te vinden.²⁶⁶ Volgens een andere derde zal de fusie de gefuseerde entiteit in staat stellen de concurrentie eerst van de groothandelmarkt en vervolgens van de hele markt te drukken.

741. In hun memorie van antwoord voeren de partijen aan dat de transactie niettegenstaande deze marktstructuur geen machtspositie zal scheppen of versterken.
742. Allereerst brengen de partijen naar voren dat Schneider slechts aanwezig is op de markt van transformatoren door de verkoop van producten van een concurrent. Dit feit verandert echter niets aan de analyse van de markt, want het marktaandeel van Schneider weerspiegelt de eigen concurrentiekracht van deze ondernemingen niet die van de fabrikant.
743. Evenzo doet het argument van de partijen dat de transformatormarkt als zodanig terugloopt omdat de afnemers geleidelijk overgaan op voedingen, niets af aan de mogelijkheid tot het scheppen of versterken van een machtspositie op deze markt, noch aan de noodzaak om in het kader van toezicht op concentraties een voldoende mate van concurrentie te handhaven zolang de betrokken markt bestaat.
744. De partijen stellen verder dat zelfs na de aangemelde transactie het bestaan van een groot aantal concurrenten van uiteenlopend formaat, reikend van grote groepen als Siemens, Moeller, Omron en Phoenix met een volledig productengamma tot kleine concurrenten op lokaal niveau, zou zorgen voor voldoende concurrentiedruk op de gefuseerde entiteit. Hetzelfde zou gelden voor de op zijn minst potentiële concurrentie van de zijde van fabrikanten van voedingen.
745. Met uitzondering van Siemens zijn de genoemde grote groepen echter niet aanwezig op de Franse markt van transformatoren of nemen ze er slechts marginale posities in. Bovendien zal de onderhavige transactie door het wegnemen van een van de concurrenten van niet verwaarloosbaar formaat de mogelijkheid van de resterende overige concurrenten en met name die van talrijke kleine lokale producenten om de handelingsvrijheid van de gefuseerde entiteit te beperken, aanzienlijk reduceren. Wat de concurrentie betreft die samenhangt met substitutie vanuit de aangrenzende markt van voedingen, moet worden vastgesteld dat drie van de voornaamste fabrikanten van voedingen die op de Franse markt actief zijn (ELC, Lambda en Lutze) en die elk op dat gebied een marktaandeel hebben van [0-10]* %, helemaal ontbreken op de markt van transformatoren. Bovendien maakt de aangemelde transactie Schneider/Legrand tevens marktleider bij voedingen, met een marktaandeel van [10-20]* %.
746. De Commissie concludeert daarom dat de onderhavige transactie een machtspositie zal scheppen op de Franse markt voor transformatoren.

C.4 Analyse van de gevolgen van de concentratie voor de concurrentie op de markten van besturings- en signaleringscomponenten

748. De entiteit Schneider/Legrand zal de grootste aanbieder worden op de Europese markt van besturings- en signaleringscomponenten, met een marktaandeel van [20-30]*% (Schneider [20-30]*% en Legrand [0-10]*%). De voornaamste concurrenten op deze

²⁶⁶ Polylux, antwoord van 9 juli 2001.

markt zijn Moeller en Siemens, met marktaandelen op EER-niveau van respectievelijk [0-10]*% en [0-10]*%. Net als deze twee belangrijkste concurrenten zal Schneider/Legrand aanwezig zijn in alle EER-lidstaten.

749. De aangemelde transactie leidt tot de samenvoeging van zeer substantiële marktaandelen op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten.

C.4.1 De uit de fusie ontstane entiteit zal over een bijzonder groot marktaandeel beschikken

750. Zoals in de onderstaande tabel is weergegeven, zal de entiteit Schneider/Legrand een marktaandeel krijgen dat aanzienlijk hoger ligt dan dat van de concurrentie op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten.

Tabel 38

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

Bron: Partijen

751. De voorgestelde transactie voert dus tot samenvoeging van de twee grootste concurrenten op de Franse markt in termen van marktaandelen. Zij resulteert in het creëren van een aanbieder met een marktaandeel van [60-70]*%, die de twee voornaamste concurrenten, K&N en Moeller, die elk een marktaandeel hebben van [0-10]*%, ver achter zich laat.

C.4.2 De door de fusie ontstane entiteit zal over een ongeëvenaard aantal merken beschikken

752. Schneider/Legrand zal met vier merken actief zijn op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten. Schneider bezit de merken Télémécanique en Mafelec, terwijl Legrand de betrokken producten op de markt brengt onder de merknamen Baco en Legrand.

753. Dit grote aantal merken zal de nieuwe groep in staat stellen elk marktsegment heel gericht te benaderen. Het belang van de mogelijkheid om de vraag op deze wijze te segmenteren wordt overigens onderstreept in een intern document van Schneider, waarin wordt uiteengezet dat bij “conventionele productengamma’s segmentering het mogelijk maakt groei te combineren met rentabiliteit.”²⁶⁷ Meer in het bijzonder komt uit dit document naar voren dat het bezit van meerdere merken een bedrijf in staat stelt voor elk ervan een specifiek product- en prijsbeleid te ontwikkelen. In hetzelfde document wordt uitgelegd dat het bezit van meerdere merken “het voordeel biedt dat men zich kan positioneren als zowel generalist als specialist”. Het merk Baco presenteert zich als marktleider op het gebied van nokkenschakelaars, waar het bedrijf een marktaandeel van meer dan [10-20]*% heeft.²⁶⁸

²⁶⁷ Verslag van het Comité d’Acquisitions van 17 oktober 1997, blz. . Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

²⁶⁸ Middellangetermijnplan 2001-2005 Baco Frankrijk, blz. 9. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

754. De door de fusie ontstane entiteit zal zo hetzelfde kunnen doen als wat Schneider na de overname van Mafelec heeft gedaan. Hierbij dient echter wel te worden onderstreept dat de voordelen die de samenvoeging van de merken Legrand en Baco met de merken Télémécanique en Mafelec de nieuwe groep zal opleveren, aanzienlijk groter zullen zijn dan die welke de overname van Mafelec Schneider heeft opgeleverd, en wel om twee hoofdredenen. Allereerst zou Schneider/Legrand beschikken over vier merken, wat nog verfijndere mogelijkheden voor een meermerkenbeleid biedt. Bovendien zullen de resterende concurrenten op de markt aanzienlijk zwakker zijn.
755. In hun memorie van antwoord²⁶⁹ voeren de partijen aan dat de toevoeging van Baco aan Schneider, en in het bijzonder aan haar dochteronderneming Télémécanique, geen effect van betekenis heeft. Volgens hen wordt de commerciële kracht van het merk Télémécanique, dat op verscheidene continenten actief is, niet noemenswaard versterkt door het merk Baco, waarvan bekendheid en activiteitenpakket zich vrijwel beperken tot Frankrijk. Bovendien zou het productengamma dat Baco op de markt brengt bestaan uit klassieke, gestandaardiseerde en geharmoniseerde componenten die niets toevoegen aan het productengamma van Schneider.
756. Allereerst dient erop te worden gewezen dat de partijen de stelling niet bestrijden dat het beschikken over een door de concurrentie ongeëvenaard aantal merken een aanzienlijk concurrentievoordeel is voor de uit de fusie ontstane entiteit. Veelzeggend is in dit verband dat Schneider het merk Mafelec heeft gehandhaafd, nadat het bedrijf in 1997 zeggenschap had verworven over deze onderneming.²⁷⁰ Het is waar dat het merk Télémécanique een bekendheid en een geografische spreiding heeft welke die van de merken Baco en Legrand ten aanzien van de betrokken producten verre overtreffen. Maar deze twee merken zijn binnen Frankrijk wel heel bekend en de door de fusie ontstane entiteit zal hier direct van kunnen profiteren. Ze vormen dus een versterking van het merkenpakket.
757. In de tweede plaats wordt niet bestreden dat de verschillende categorieën besturings- en signaleringscomponenten die Legrand op de markt brengt, ook door Schneider worden uitgebracht. Dat verandert echter niets aan het feit dat de aangemelde transactie voert tot een significante versterking van Schneiders positie op het gebied van ten minste één productcategorie: die van nokkenschakelaars, waar Baco een marktaandeel heeft van meer dan [20-30]*%.
758. De conclusie luidt daarom dat de samenvoeging van de merken Baco en Legrand met de merken Télémécanique en Mafelec, die al in handen zijn van Schneider, de uit de fusie ontstane entiteit een aanzienlijk concurrentievoordeel zal opleveren.

C.4.3 De voorgestelde transactie schakelt een essentiële concurrentiefactor op de Franse markt uit

759. De voorgestelde transactie leidt tot het verdwijnen van de onbetwiste nummers één en twee op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten. De rivaliteit tussen de Schneider- en de Legrand-groep vormde het bepalende aspect van de

²⁶⁹ Punt 798 en volgende.

²⁷⁰ Intern document van Schneider verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 10 juli 2001. Verslag van het Comité d'acquisition van Schneider van 17 oktober 2001, blz. 5.

concurrentiestructuur op deze markt. Deze stelling wordt bevestigd door interne documenten van elk van de partijen.

760. Zo komt uit een intern document van Baco²⁷¹, de dochteronderneming van Legrand waar de activiteiten van deze groep op het gebied van besturings- en signaleringscomponenten hoofdzakelijk plaatsvinden, dat Schneider de voornaamste concurrent op deze markt is. In dit document is te lezen dat “bij de componenten de concurrentiepositie tegenover Schneider, die van oudsher al lastig is, ook op korte en middellange termijn moeilijk zal blijven door de introductie van een nieuwe productlijn door Schneider.”²⁷² Er wordt uitgelegd dat Baco “een defensieve positie zal innemen tegen het Harmony-gamma van Schneider totdat in 2003 de eigen nieuwe productlijn wordt uitgebracht”.²⁷³ Tenslotte wordt in dit document nog opgemerkt dat Schneider zich “in alle klantsegmenten (distributie, paneelbouwers en machinebouwers) voor industriële producten zeer agressief opstelt”²⁷⁴, en hieronder vallen tevens de besturings- en signaleringscomponenten.
761. Bovendien wordt in een intern document van Schneider²⁷⁵ gesteld dat de overname van Mafelec paste in het kader van Schneiders streven om op de betrokken markt een tegenkracht te vormen tegen Baco. Zo is in dit document te lezen dat Schneider bij deze aankoop enerzijds de bedoeling had “het segment van de repetitieve machines te veroveren” en anderzijds “te voorkomen dat concurrenten via het segment van repetitieve machines op de markt van gespecialiseerde en industriële machines binnendringen”. Baco wordt hierbij naast Omron gepresenteerd als een specialist op het gebied van de programmeerbare machines, waarbij opmerkelijk is dat de naam Baco in tegenstelling tot die van Omron vet wordt afgedrukt. De overname van Mafelec door Schneider was er dus op gericht zijn positie te versterken op de markt van repetitieve machines teneinde daar Baco te bestrijden op diens kerngebied en te voorkomen dat deze onderneming terrein zou winnen op markten verbonden met machines voor industriële en gespecialiseerde toepassingen.
762. In hun memorie van antwoord²⁷⁶ hebben de partijen de conclusie bestreden dat de voorgestelde transactie een essentiële concurrentiefactor op de Franse markt voor componenten van regelsystemen en automatisering zou elimineren.
763. In de eerste plaats hebben de partijen onderstreept dat het marktaandeel van Legrand ([0-10]*%) betrekkelijk laag is en ook dicht bij dat van K&N ([0-10]*%) en Moeller ([0-10]*%) ligt. Bovendien zou de positie van Schneider op deze markt, gezien het grote marktaandeel dat het bedrijf al heeft ([50-60]*%), slechts in geringe mate worden versterkt door de aangemelde transactie. In de tweede plaats verklaren de partijen dat de verwijzing naar een intern document van Baco waarin Schneider de “voornaamste

²⁷¹ Middellangetermijnplan 2001-2005 Baco Frankrijk. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

²⁷² Blz. 11.

²⁷³ Blz. 9.

²⁷⁴ Blz. 5.

²⁷⁵ Verslag van het Comité d'Acquisitions ??? van 17 oktober 1997. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

²⁷⁶ Punt 801 en volgende.

concurrent” wordt genoemd niet veel te betekenen heeft, omdat Schneider op de betrokken markt Europees marktleider is en elke aanbieder bij zijn analyse van de concurrentie op deze markt Schneider zal noemen. In de derde plaats tenslotte onderstrepen de partijen dat de overname van Mafelec door Schneider niet ten doel had Baco op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten te bestrijden, maar diende om toegang te krijgen tot een nichemarkt waar het bedrijf voordien afwezig was, namelijk die van de membraantoetsenborden.

764. Deze argumentatie van de partijen blijkt bij onderzoek echter niet houdbaar. Allereerst is hier op te merken dat Legrand na Schneider op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten de tweede aanbieder is, ook al is marktaandeel van Legrand maar iets hoger dan dat van K&N en Moeller. De voorgestelde transactie voert dus tot een samenvoeging van de twee voornaamste concurrenten op de betrokken markt.
765. Bovendien onderscheidt Baco zich op drie fundamentele punten van K&N en Moeller.
766. Allereerst realiseert Baco in tegenstelling tot K&N en Moeller het merendeel van zijn omzet in de betrokken producten in Frankrijk.²⁷⁷ In tegenstelling ook tot de twee eerdergenoemde concurrenten vormt het op peil houden van zijn marktaandeel in Frankrijk voor Baco dus een zeer belangrijk en zelfs cruciaal vereiste, waardoor het bedrijf een specifieke, zeer directe concurrentieverhouding heeft tegenover Schneider. K&N en Moeller beschikken over posities van betekenis buiten Frankrijk, dat voor deze ondernemingen slechts een gering deel van de omzet in de betrokken producten vertegenwoordigt.²⁷⁸ Voor hen gelden dus niet dezelfde prikkels als voor Baco om Schneider op de Franse markt te beconcurreren.
767. Baco kan bovendien bij de toegang tot de Franse tussenhandel gebruikmaken van de sterke positie van de Legrand-groep – een concurrentievoordeel waarover Moeller en K&N niet beschikken, want die vertegenwoordigen voor alle producten samen slechts een minimaal percentage van de omzet van de in Frankrijk gevestigde groothandelaren. Zo wordt in een intern document van Legrand²⁷⁹ bij herhaling opgemerkt dat de toegang tot de tussenhandel een van de “vaste pluspunten” van Baco vormt.
768. Baco tenslotte beschikt over een merk dat in Frankrijk grote bekendheid geniet en daar op de markt voor nokkenschakelaars een leidende positie inneemt met een marktaandeel van meer dan [10-20]*%. In een intern document van Legrand²⁸⁰ wordt er dan ook meermalen op gewezen dat Baco profiteert van “een goede positie heeft gebaseerd op jarenlange aanwezigheid op de markt, vakmanschap en ervaring op het vakgebied”. Baco kan dus zijn sterke positie op het gebied van de nokkenschakelaars gebruiken als een hefboom om de verkoop van de andere producten binnen zijn pakket te ontwikkelen. In een intern document van Legrand²⁸¹ wordt bijvoorbeeld meermalen opgemerkt dat een

²⁷⁷ Zie tabel 26 hiervoor en de memorie van antwoord op de mededeling van punten van bezwaar, punt 799.

²⁷⁸ Zie tabel 26 hiervoor.

²⁷⁹ Middellangetermijnplan 2001-2005 Baco Frankrijk, blz. 39, 41. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 10 juli 2001.

²⁸⁰ Middellangetermijnplan 2001-2005 Baco Frankrijk, blz. 39, 41 en 43. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 10 juli 2001.

²⁸¹ Middellangetermijnplan 2001-2005 Baco Frankrijk, blz. 39, 41 en 43. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

van de sterke punten van Baco wordt gevormd door de synergieën die bestaan tussen de verschillende categorieën van besturings- en signaleringscomponenten.

769. Om al deze redenen tezamen lijkt Baco dus de meest actieve en gevaarlijkste concurrent van Schneider op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten.

770. Dezelfde conclusie kan worden getrokken uit een analyse van interne documenten van Schneider. In een vertrouwelijk intern document van Schneider²⁸² is bijvoorbeeld te lezen dat de tweede prioriteit van de groep voor de periode 2000-2003 wordt gevormd door [...]*. Baco beantwoordt exact aan deze tweevoudige kwalificatie, want deze onderneming realiseert zijn omzet voor het allergrootste deel in Frankrijk en heeft een bijzonder sterke positie in één bepaald segment van de markt, namelijk dat van de knoppenschakelaars. Zo wordt Baco in een ander vertrouwelijk document van Schneider²⁸³ gepresenteerd Baco als een gespecialiseerde aanbieder. Vanuit dit gezichtspunt kan worden gesteld dat bij de strategie van Schneider voor de Franse markt, ongeacht de oorspronkelijke beweegredenen voor de overname van Mafelec, een aanval op Baco in de komende jaren wel degelijk een prioriteit zou zijn.

771. Om al deze redenen bij elkaar vormt de rivaliteit tussen Schneider en Legrand de essentiële factor van de concurrentie op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten.

C.4.4 De structuur van de markt biedt geen mogelijkheid tot de opkomst van een inkoopmacht die sterk genoeg is om echt tegenwicht te bieden voor de macht van de uit de fusie ontstane entiteit

772. De fabrikanten van besturings- en signaleringscomponenten brengen hun producten op de markt via twee hoofdkanalen: groothandel en rechtstreekse verkoop.

773. Uit een intern document van Legrand blijkt dat Baco [40-50]*% van zijn verkopen aan besturings- en signaleringscomponenten afzet via de tussenhandel en Legrand [90-100]*%.²⁸⁴ Uit een document van Schneider blijkt dat Mafelec [50-60]*% van zijn omzet genereert uit directe verkoop, terwijl de producten van Schneider voor [50-60]*% via de groothandel wordt afgezet.²⁸⁵

774. De partijen verklaren dat besturings- en signaleringscomponenten op de markt worden gebracht door dezelfde groothandelaren als de andere elektrische materialen die bij de transactie zijn betrokken.²⁸⁶ De kracht van de nieuwe groep op de andere Franse markten

²⁸² Plan d'Offre Produits-Services 2000 Dialogue Electromécanique (Plan voor het aanbode van producten en diensten 2000 elektromechanische bedieningsproducten) van Schneider. Bijlage 8 verstrekt als antwoord op vraag 40 van de vragenlijst van 20 maart 2001.

²⁸³ Verslag van het Comité d'Acquisitions van 17 oktober 1997, blz. 2. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

²⁸⁴ Middellangetermijnplan 2001-2005 Frankrijk, Baco, blz. 20. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

²⁸⁵ Verslag van het Comité d'Acquisitions van 17 oktober 1997, blz. 6. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

²⁸⁶ Antwoord van de partijen op vraag 13 van de vragenlijst van 15 maart 2001.

van elektrische materialen (zie hiervoor, met name tabel 30) zal er dus toe leiden dat de onderneming een bevoorrechte positie heeft binnen het verkoopkanaal dat via de groothandel loopt.

775. Voor de omzet uit directe verkoop geldt dat deze in essentie wordt gerealiseerd bij machinebouwers (OEM-bedrijven) en in duidelijk geringere mate naar installateurs en paneelbouwers.²⁸⁷ Deze afnemers zijn niet in staat een goed tegenwicht te bieden voor de macht van Schneider/Legrand op de Franse markt, en wel om redenen van tweeërlei aard.
776. Allereerst hebben de partijen in het geheel geen informatie verstrekt die erop kan wijzen dat één of enkele van deze afnemers van voldoende relatief gewicht op de markt zou zijn dat gesproken kan worden van een werkelijke inkoopmacht. Hoewel enkele grote industriële groepen tot de afnemers van de partijen behoren, gaat het in de praktijk voor het grootste deel om grote MKB-bedrijven die zich hebben gespecialiseerd in de fabricage van productiemachines.
777. In de tweede plaats zou voor deze afnemerskring kunnen gelden dat overstappen op een andere leverancier betrekkelijk gemakkelijk is, wat op aanbiedersniveau tot een scherpere concurrentie zou kunnen leiden. Ervan uitgaand dat het overstappen op een andere leverancier van besturings- en signaleringscomponenten inderdaad gemakkelijk is, moet worden vastgesteld dat de voornaamste Europese fabrikanten van besturings- en signaleringscomponenten (Moeller en Siemens) al aanwezig zijn op de Franse markt en dat hun marktaandeelen daar bijzonder laag zijn. Alles wijst erop dat deze fabrikanten hebben geopteerd voor een beleid dat er veeleer op gericht is te profiteren van de hoge prijzen die de partijen in Frankrijk hanteren (zie hiervoor) dan te streven naar uitbreiding van hun marktaandeel ten koste van de twee dominante aanbieders. Niets wijst erop dat deze concurrenten hun strategie en prijsbeleid in de toekomst zullen veranderen en echte actieve concurrenten op deze markt worden.
778. In hun memorie van antwoord²⁸⁸ voeren de partijen aan dat er geen enkele reden is om te veronderstellen dat de rechtstreekse afnemers van de partijen trouw zullen blijven aan de uit de fusie ontstane entiteit als deze zou besluiten de verkoopprijzen te verhogen. Volgens hen worden Schneider en Legrand in de huidige situatie geconfronteerd met een werkelijke en potentiële concurrentie van de zijde van andere aanbieders, waarvan de producten in Frankrijk en de naburige lidstaten verkrijgbaar zijn, en de nieuwe entiteit zou diezelfde concurrentie ondervinden. Bovendien zijn de partijen van oordeel dat niets erop wijst dat deze concurrenten in de toekomst niet naar het winnen van marktaandeel zullen streven, zelfs als ze zich op dit moment tevreden zouden stellen met het volgen van de initiatieven van Schneider. Zo heeft Moeller volgens de partijen al een significante aanval gedaan op een specifiek segment van de markt van besturings- en signaleringscomponenten, namelijk dat van componenten voor agrarische machines. Dit is gedaan door middel van prijsverlaging en betere afstemming van de producten op de behoeften van de gebruikers.
779. De hierboven geschetste argumentatie van de partijen berust impliciet op de gedachte dat de toegangsdrempels tot de betrokken markt laag zijn en dat de concurrenten van de

²⁸⁷ Antwoord van de partijen van 20 juli 2001 op een verzoek van de Commissie van 10 juli 2001.

²⁸⁸ Punten 806 en volgende.

partijen in de toekomst voldoende feitelijke en potentiële concurrentiedruk kunnen uitoefenen om de partijen te weerhouden van op winstgevende prijsverhogingen. Zoals in het voorgaande echter al is uiteengezet, kenmerkt de markt van besturings- en signaleringscomponenten zich door hoge toegangsdrempels, in het bijzonder bij de toegang tot de groothandel, alsmede de noodzaak nauwe betrekkingen met de eindafnemers te onderhouden. Het bestaan van deze toegangsdrempels op de Franse markt komt overigens tot uitdrukking in de lage marktaandelen van Siemens en Moeller en het hoge prijsniveau van de betrokken producten, dat overigens door de partijen niet wordt betwist.²⁸⁹ Er zijn dus structurele factoren in het spel die de sterkte van de onderlinge concurrentie op de markt van besturings- en signaleringscomponenten beperken en die los staan van het gedrag van de eindafnemers.

780. De hierboven uiteengezette elementen wijzen tezamen in de richting van hetgeen wordt gesteld in een intern document van Legrand²⁹⁰, waarin staat dat de betrokken markt [...]*

C.4.5 Conclusie

781. De entiteit Schneider/Legrand zal beschikken over substantiële concurrentievoordelen boven de andere aanbieders, die het de combinatie mogelijk maken de concurrentie op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten te beheersen. De nieuwe groep zal derhalve in staat zijn prijsverhogingen van zijn producten door te voeren zonder dat dit gepaard gaat met verliezen aan marktaandeel die deze verhogingen onrendabel maken. Het is namelijk waarschijnlijk dat de concurrenten in zo'n situatie de prijsverhoging van de marktleider zullen volgen in plaats van te streven naar het veroveren van marktaandeel. Bovendien zal de nieuwe groep in staat zijn prijsverhogingen door te voeren voor slecht een deel van zijn merken, zodanig dat het deel van de vraag dat uitwijkt, naar zijn andere merken zal gaan. Tenslotte is er op de betrokken markt geen inkoopmacht aanwezig die een echt tegenwicht kan bieden voor de macht van Schneider/Legrand. De aangemelde transactie leidt dus tot het scheppen van een machtspositie op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten.

D. Algemene conclusie

782. Om de hiervoor uiteengezette redenen is de Commissie tot de conclusie gekomen dat de aangemelde transactie een machtspositie zal scheppen die tot gevolg heeft dat een daadwerkelijke mededinging op de volgende markten in significante mate zal worden belemmerd:

- de markten van installatieautomaten, kleine automaten en kasten voor onderverdelers in Italië;
- de markten van kleine automaten, aardlekschakelaars en behuizingen voor eindverdelers in Denemarken, Spanje, Italië en Portugal;
- de markten van aansluitautomaten in Frankrijk en Portugal;

²⁸⁹ Memorie van antwoord op de mededeling van punten van bezwaar, punt 807.

²⁹⁰ Middellangetermijnplan 2001-2005 France Baco, blz. 34. Document verstrekt als antwoord op vraag 113 van de vragenlijst van 29 juni 2001.

- de markt van kabeldraggers in het Verenigd Koninkrijk;
- de markt van contactdozen en schakelaars in Griekenland;
- de markt van waterdichte apparatuur in Spanje;
- de markt van installatie- en bevestigingsmateriaal in Frankrijk;
- de markt van transformators in Frankrijk;
- de markt van besturings- en signaleringscomponenten in Frankrijk.

783. De Commissie is om de in het voorgaande uiteengezette redenen tot de conclusie gekomen dat de aangemelde transactie een machtspositie zou versterken, met het gevolg dat een daadwerkelijke mededinging op de volgende markten in significante mate zou worden belemmerd:

- de markten van installatieautomaten, kleine automaten en kasten voor onderverdelers in Frankrijk;
- de markten van kleine automaten, aardlekschakelaars en behuizingen voor eindverdelers in Frankrijk;
- de markten van contactdozen en schakelaars in Frankrijk;
- de markten van waterdichte apparatuur in Frankrijk;
- de markt van noodverlichtingssystemen en noodverlichtingen met eigen voeding in Frankrijk.

VI. CORRIGERENDE MAATREGELEN

A. Procedure

784. De aanmeldende partij heeft op 14 september 2001 voorstellen voor verbintenissen ingediend bij de Commissie. Deze verbintenissen (verder aangeduid als “aanvankelijke voorstellen voor verbintenissen”) hebben betrekking op elk van de hierboven onder punt 782 en 783 bedoelde markten. De Commissie heeft een onderzoek verricht bij de partijen en bij derden om deze voorstellen voor verbintenissen te kunnen beoordelen.

785. Het onderzoek van de Commissie heeft ertoe geleid dat de op 14 september door de partijen voorgestelde verbintenissen onvoldoende zijn verklaard. De Commissie heeft dit de partijen meegedeeld, waarop deze op 24 september 2001 hebben gereageerd met alternatieve voorstellen. Deze nieuwe tekst over verbintenissen heeft de titel “Fase-2-verbintenissen” van Schneider Electric van 14 september 2001 uitgebreid met alternatieve oplossingen van 24 september 2001” (verder aangeduid als “de aangepaste voorstellen voor verbintenissen”).

786. Deze aangepaste voorstellen voor verbintenissen dienen te worden onderzocht in het kader van punt 43 van de mededeling aangaande de corrigerende maatregelen.²⁹¹ In dit punt 43 worden strenge eisen gesteld inzake de ontvankelijkheid van zulke verbintenissen, zowel wat betreft de inhoud (de Commissie dient duidelijk, zonder dat nadere raadpleging van marktdeelnemers nodig is, te kunnen uitmaken of met de aangepaste verbintenissen de mededingingsbezwaren zouden worden weggenomen) als wat betreft de vorm (er moet voldoende tijd zijn voor passend overleg met de lidstaten).
787. Zoals hieronder verder wordt toegelicht, is de Commissie van mening dat de aangepaste voorstellen niet voldoen aan de voorwaarden die zijn uiteengezet in punt 43 van de mededeling aangaande de corrigerende maatregelen.

B. Analyse

De markt van onderverdelers en eindverdelers en de componenten daarvan in Denemarken, Spanje, Frankrijk, Italië en Portugal

De aanvankelijke voorstellen voor verbintenissen waren onvoldoende

788. De aanvankelijke voorstellen voor verbintenissen betroffen de activiteiten aangeduid als “Legrand Puissance” (onderverdelers van de Legrand-groep in Frankrijk), “Bticino Puissance” (onderverdelers van de Legrand-groep in Italië), “Legrand Lexic” (eindverdelers van de Legrand-groep in Frankrijk, Spanje, Portugal en Denemarken), “Multi 9” (eindverdelers van de Schneider-groep in Italië) en de onderneming Baco (aardlekschakelaars, Legrand-groep). De partijen stelden voor (i) de overdracht van de namen van de gamma’s in Europa en de merken Sarel en Saip in Italië; (ii) het aanbieden van een optie voor tijdelijk gebruik (drie jaar) van respectievelijk het merk Legrand Puissance, het merk Bticino Puissance, het merk Legrand Lexic en het merk Merlin Gerin Modulaire; (iii) de overdracht van de productievestiging voor sleutelproducten van onderverdelers (installatieautomaten), een productievestiging voor kasten voor onderverdelers voor de Italiaanse markt, een productievestiging voor kleine automaten in [...] en een in de regio van [...] te vestigen eenheid voor de productie van behuizingen en andere componenten voor eindverdelers (deze laatste niet bestemd voor de Italiaanse markt van eindverdelers); (iv) het delen van het gebruik van intellectuele- en industriële-eigendomsrechten; en (v) het aanbieden van verkoopapparaten en handelscontracten met groothandelaren, en van die verkooprechten die exclusief zijn op de gebieden waarvoor de bezwaren gelden en niet-exclusief in de rest van Europa, voor de gamma’s Legrand Puissance, Bticino Puissance, en Legrand Lexic.
789. Het onderzoek van de Commissie heeft aangetoond dat dit voorstel leidt tot ernstige twijfel onzekerheid omtrent de zelfstandigheid en het concurrentievermogen van de voor overdracht voorgestelde entiteiten. Deze twijfels komen voor een groot deel voort uit het feit dat de meeste van de voor overdracht voorgestelde entiteiten in het verleden niet zelfstandig waren.
790. Allereerst zou de groep Schneider/Legrand op zijn minst ten dele het eigendom en de toegang behouden tot alle technologie die door de voorgestelde entiteiten wordt

²⁹¹ Mededeling van de Commissie betreffende op grond van Verordening (EEG) nr. 4064/89 van de Raad en Verordening (EG) nr. 447/98 van de Commissie aanvaardbare corrigerende maatregelen, PB C 68 van 2.3.2001, blz. 3.

toegepast. In de ogen van de groep wordt dit waarschijnlijk gerechtvaardigd door het feit dat de groep in de eerste plaats buiten Europa dezelfde activiteiten blijft verrichten met gebruikmaking van dezelfde technologieën, en bovendien de activiteiten op het gebied van eindverdelers en hun componenten in Europa voortzet onder het merk Bticino alsook de activiteiten van Merlin Gerin buiten Italië. De partijen zouden zich verplichten de overgedragen entiteit op de betrokken relevante markten niet door middel van dezelfde producten te beconcurreren. Wegens het ontbreken van enigerlei definitie van het begrip “hetzelfde product” zou het voor Schneider/Legrand echter al voldoende zijn om de door Legrand overgedragen technologie verder te ontwikkelen om concurrerende producten te mogen aanbieden. Bovendien zou de overgedragen entiteit onmiddellijk geconfronteerd worden met een aanbod van Schneider/Legrand van identieke producten op die Europese markten waarvoor de Commissie niet bij haar punten van bezwaar heeft geformuleerd. Dit zou een negatief effect kunnen hebben op het imago van het merk van de overgedragen activiteiten en hun concurrentiepositie kunnen verzwakken door de levering van “klonen”, wat de levensvatbaarheid van een deel van de overgedragen activiteiten in gevaar zou kunnen brengen.

791. Bovendien zou het feit dat de groep Schneider/Legrand activiteiten behoudt met betrekking tot dezelfde producten als die welke zijn overgedragen, belangrijke problemen scheppen, met name met betrekking tot het economische concurrentievermogen van de productievestigingen die onderdeel van een voorstel tot overdracht vormen.
792. Enerzijds hebben de partijen voorgesteld productie-eenheden te behouden die identieke producten vervaardigen als die van de over te dragen vestigingen. Aangezien de productie van Legrand op Europees niveau geoptimaliseerd is, betekent dit dat er een herschikking nodig is tussen de vestigingen die worden overgedragen en die welke binnen de groep Schneider/Legrand blijven. Volgens de partijen zijn de kosten van deze reorganisatie [...] en zou het meer dan [...] vergen. Hier komt bij dat de entiteit van plan is de productie van de productie-eenheden [...], die niet alleen uitsluitend de betrokken producten maken, te reorganiseren. Volgens de partijen betekent deze reorganisatie dat [...].
793. Anderzijds zouden de overgedragen productievestigingen moeten doorgaan met aanzienlijke leveringen aan de groep Schneider/Legrand, opdat deze de betrokken producten kan blijven leveren op de markten waarvoor hij de verkooprechten in eigen hand zou hebben behouden (binnen zowel als buiten Europa). Tussen [20-60]*% van de productie van deze vestigingen zou zo aan Schneider/Legrand verkocht worden. De levensvatbaarheid van deze vestigingen zou derhalve in sterke mate afhangen van de verkoop aan Schneider/Legrand. Omgekeerd zou de verwerver van de voorgestelde entiteit zijn materialen moeten blijven inkopen bij productievestigingen die in handen van Schneider/Legrand blijven (met name een vestiging in Napels) totdat de productielijnen zijn overgeplaatst en uitgewisseld tussen de verschillende productie-eenheden.
794. Tenslotte hebben de partijen voorgesteld de onderneming Baco afzonderlijk over te dragen. Baco heeft een productie-eenheid die de verwerver van de activiteiten Legrand Puissance – Bticino Puissance – Legrand Lexic aardlekschakelaars zou moeten leveren, alsmede componenten voor de vervaardiging van aardlekautomaten door een van de overgedragen productievestigingen. Of de verbintenissen op dit punt te verwezenlijken zijn, hangt dus af van de bereidwilligheid van een derde.

795. Wat het voorstel over eindverdelers in Italië betreft, heeft een grote meerderheid van de geraadpleegde derden ernstige twijfels geuit over de intrinsieke kwaliteit van dit aanbod. Allereerst is duidelijk dat, afgezien van de merken Sarel en Saip, deze verbintenis duidelijk minder ver gaat dan het reeds onvoldoende bevonden voorstel voor de andere verdelersmarkten, dat hiervoor is uiteengezet. Ten aanzien van dit voorstel gelden daarom dezelfde twijfels als die welke hierboven zijn weergegeven, met nog extra nadelen.
796. Zo dient te worden onderstreept dat Schneider/Legrand op de Italiaanse markten van onderverdelers actief zou blijven met het merk Merlin Gerin. Naast de verwarring met betrekking tot het merk en de noodzaak de marketingaanpak op twee zeer dicht naast elkaar liggende markten te coördineren, is er het feit dat onderverdelers 78% van de omzet in producten van het gamma “Multi 9” vertegenwoordigen. De afzet van deze producten (kleine automaten) wordt commercieel “getrokken” door die van installatieautomaten (die in handen van Merlin Gerin blijft), zodat de verwerver van de activiteiten voor het merendeel van zijn verkoop volledig afhankelijk blijft van de groep Schneider/Legrand.
797. Een ander bijkomend nadeel heeft betrekking op het ontbreken van overgedragen productiecapaciteit en van intellectuele- en industriële-eigendomsrechten. Schneider zou buiten Italië doorgaan met het op de markt brengen van identieke producten onder de merknaam Merlin Gerin en de productlijnbenaming Multi 9, waarbij het bedrijf volkomen vrij zou blijven om deze producten naar eigen believen verder te ontwikkelen, zonder rekening te houden met de specifieke behoeften van de verwerver. Bovendien is in het concurrentiebeding het op de markt brengen van eventuele nieuwe uitvoeringen van de overgedragen producten niet duidelijk verboden, waardoor een snelle herintrede op de markt mogelijk zou zijn. Dat zou dan tot gevolg hebben dat de verwerver in zekere zin een wederverkoper zou worden van Schneider-producten waarover hij geen enkele technische of productietechnische zeggenschap heeft. Voor een duurzame, zelfstandige positie op de markt zou de verwerver daarom in staat moeten zijn zijn eigen verdelers te maken. Omdat de toegangsdrempels tot de markt daarvoor te hoog zijn, zou de verwerver dus slechts een aanbieder kunnen zijn die al op de markt aanwezig is. Een dergelijke aanbieder zou dan in korte tijd (i) het merk moeten veranderen, (ii) de productiecapaciteit voor de Italiaanse markt moeten aanpassen, en (iii) de markt moeten overtuigen dat de verandering van merk en technologie niets verandert aan de betrouwbaarheid en kwaliteit van de producten.
798. Bovendien brengen de voorstellen met betrekking tot Sarel en Saip speciale problemen met zich mee. Het merk Sarel, dat in feite Multi 9-producten op de markt brengt, zou moeten worden verdeeld over de verwerver van deze activiteiten, de verwerver van de activiteiten op het gebied van “contactdozen en schakelaars” in Frankrijk en Schneider/Legrand voor de activiteiten op het gebied van universele behuizingen (zie hieronder). Dit zou tot onduidelijkheid aangaande de waarde van dit merk hebben gevoerd. Het merk Saip wordt op het gebied van eindverdelers alleen gebruikt voor behuizingen. Het lijkt overigens ook te worden gebruikt op andere markten van laagspanningsproducten in Italië. De partijen hebben voorgesteld wel productieapparatuur over te dragen maar geen productievestiging. Dat zou nog meer onzekerheden hebben toegevoegd, die verband houden met de noodzaak een nieuwe productie-eenheid op te bouwen.
799. Wat de markttoegang aangaat, hield het aanvankelijke voorstel van de partijen een cumulatie van onzekerheden in.

800. Allereerst behelst de voorgestelde corrigerende maatregel, terwijl er op alle betrokken markten een sterke merkentrouw bestaat, geen overdracht van merken maar veeleer van de namen van productengamma's met de mogelijkheid om daar gedurende beperkte tijd het merk Legrand aan te hechten. De verwerver van deze activiteiten zou dus niet alleen de technische onzekerheden moeten overwinnen die verbonden zijn met het aanpassen van de overgedragen productiefaciliteiten (met de kosten en de tijd die hiermee gemoeid zijn) maar tevens de aanzienlijke kosten moeten maken voor het veranderen van het merk van zijn producten terwijl hij tegelijkertijd de markt moet zien te overtuigen dat al deze gelijktijdige veranderingen niet ten koste gaan van de kwaliteit en betrouwbaarheid van zijn aanbod. Het onderzoek van de Commissie heeft bevestigd dat het erg lastig is niet van meet af aan over een eigen merk te kunnen beschikken en aangetoond dat een verwerver een lange periode nodig zou hebben (van ongeveer zeven jaar) om de voorgestelde vervanging van de merknaam in goede banen te leiden. Tevens heeft het onderzoek van de Commissie uitgewezen dat een verwerver beschermd zou moeten worden door clausules die ervoor zorgen dat de verkopende partij gedurende meer dan tien jaar niet met het oorspronkelijke merk op de betrokken markten mag terugkeren.
801. Vervolgens had het voorstel van de partijen het nadeel dat bepaalde functies (zoals verkoop, marketing en logistiek) centraal geïntegreerd zijn binnen de Legrand-groep. Het aanvankelijke voorstel voor de verbintenis had bijvoorbeeld geen betrekking op de functies marketing en logistiek en bood een zeer gereduceerde verkoopstaf [...]*. Het bevatte geen exact voorstel ten aanzien van het verkoopapparaat voor Legrand en Lexic buiten Frankrijk. Deze aantallen betroffen zowel personen die zich volledig hiermee bezighielden en personen die dat in deeltijd deden. De selectiecriteria werden niet nader gepreciseerd. Aangezien dit voorstel niet alle verkoopstafleden omvatte, zouden Legrand en respectievelijk Schneider een band met de klanten hebben behouden. Deze zou des te sterker zijn op die markten waar Legrand ook eindmaterialen verkoopt (contactdozen, enz.) en belangrijke posities inneemt. Dit zou dus de gefuseerde entiteit in staat gesteld hebben zijn klanten "te sturen" naar het aanbod van verdelers die de groep Schneider/Legrand zou blijven voeren. Wat de centrale functies (en de daarmee verbonden informatiesystemen) betreft, heeft het onderzoek van de Commissie uitgewezen dat een overdracht zonder deze functies uitvoerbaar is maar significante risico's inhoudt.
802. Tenslotte hebben de partijen voorgesteld de verkoopcontracten met de groothandel over te dragen. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt dat moet worden betwijfeld of de verwerwers daarvan in staat zouden zijn voldoende toegang tot de groothandel te realiseren (dat wil zeggen in vergelijking tot die waarover de entiteiten bij de overdracht beschikken). Zo bieden de partijen kortingen van [...]*. Volgens de partijen zelf zouden deze kortingen van de orde van [0-10]*% zijn. Het staat geenszins vast dat een verwerver in staat zou zijn ook zulke kortingen te blijven verlenen, aangezien zijn omzet een stuk lager zal liggen dan die van de groep Schneider/Legrand. Indien hij geen soortgelijke condities kan bieden, zouden de groothandelaren voor de keus staan de voorkeurscondities die ze Schneider en Legrand bieden, al of niet voort te zetten. Hierbij zij opgemerkt dat dit niet noodzakelijkerwijs leidt tot het uitsluiten van de verwerwers, maar meer dat betwijfeld moet worden of zij in staat zijn dezelfde concurrentievoorwaarden tot stand te brengen als die welke de overgedragen entiteit bood in de tijd dat deze deel uitmaakte van Schneider of Legrand.
803. Dit probleem zou vooral groot zijn in Frankrijk. Daar heeft Schneider namelijk al een machtspositie op de markten van verdelers (met marktaandeel van zo'n [40-70]*% bij

onderverdelers en [40-70]*% bij eindverdelers) en heeft Legrand al een machtspositie op de meeste andere markten van laagspanningsmaterialen (met bijvoorbeeld [70-100]*% marktaandeel op het gebied van contactdozen en schakelaars). Zoals reeds in de mededeling van punten van bezwaar is uiteengezet (en de partijen hebben deze conclusie niet bestreden), leidt de samenvoeging van deze twee ondernemingen in Frankrijk tot een machtspositie tegenover de groothandel (de gefuseerde entiteit vertegenwoordigt [30-60]*% van de totale omzet van de groothandel). De voorgestelde verbintenissen zouden dit overwicht van de combinatie op de groothandel weliswaar terugdringen, maar de nieuwe entiteit zou toch dominant blijven op de meeste betrokken markten en zijn overheersende plaats behouden. Als onontkoombare partner van de groothandel zou de groep Schneider/Legrand dan in de positie verkeren controle uit te oefenen op de toegang tot de groothandel van de verwerver van de activiteiten Legrand Puissance - Bticino Puissance - Legrand Lexic, en er bijvoorbeeld voor te zorgen dat deze toegang de verwerver niet in staat stelt een soortgelijke concurrentiedruk uit te oefenen als voordien door Legrand werd uitgeoefend.

804. Met betrekking tot de voorgestelde verbintenissen van de partijen met betrekking tot de markten van onderverdelers en hun componenten in Frankrijk en Italië en de markten van eindverdelers en hun componenten in Denemarken, Spanje, Frankrijk, Italië en Portugal luidt de conclusie dat het een mengsel betreft van onzekere afsplitsingen van de oorspronkelijke groep waarvan ernstig te betwijfelen is of ze op zelfstandige basis levensvatbaar zijn en een zodanige concurrentiedruk kunnen uitoefenen dat de voor de transactie bestaande concurrentievoorwaarden worden hersteld.

De aangepaste voorstellen voor verbintenissen, ingediend op 24 september

805. In reactie op de serieuze twijfels die de Commissie heeft geuit over het effect van de aanvankelijke verbintenissen, heeft de aanmeldende partij voorgesteld [...] over te dragen. Dit voorstel hield tevens een tijdelijke overdracht van het merk [...] in geheel Europa in en de verkoop van een extra productievestiging [...] alsook aanvullende verplaatsingen van productie-eenheden [...]. Met andere woorden, de partijen stellen voor afstand te doen van [...].
806. Dit voorstel heeft de verdienste dat op heldere wijze [...] de samenvoeging van activiteiten op alle markten waar door de aangemelde transactie machtsposities gecreëerd of versterkt zouden worden, teniet worden gedaan. Een aantal twijfels en risico's met betrekking tot de afwezigheid van zelfstandigheid en de volledige zeggenschap van de voorgestelde entiteit wordt er echter niet door weggenomen.
807. Allereerst geeft dit aangepaste voorstel aanleiding tot dezelfde vragen aangaande volledigheid en scheiding als de aanvankelijke voorstellen[...]. Zoals hieronder wordt uiteengezet, zouden bijvoorbeeld bepaalde centrale functies (marketing, verkoopondersteuning, betrekkingen met de groothandel, logistiek, enz.) niet in hun totaliteit worden overgedragen. Bovendien geldt voor het aangepaste voorstel net als voor het aanvankelijke voorstel, zoals hiervoor uiteengezet, dat ze niet het volledige verkoopapparaat omvatten, en blijven ook de problemen met betrekking tot het delen van merken bestaan.
808. Vervolgens houdt het aangepaste voorstel de uitwisseling in van productiefaciliteiten tussen fabrieken. Zo zou [...]. Evenzo zouden de productiefaciliteiten [...]

overgebracht worden naar de productievestiging van [...]*. Tenslotte zouden, net als eerst [...]* worden samengebracht [...]* in één of twee eenheden. Deze verplaatsingen geven aanleiding tot twijfel over de continuïteit van de betrokken activiteiten, zowel wegens de onzekerheden die zulke industriële verplaatsingen onherroepelijk met zich meebrengen als vanwege het verlies aan knowhow [...]*. Bovendien is de Commissie niet in staat te beoordelen of de ontvangende vestigingen in staat zijn de nieuwe activiteiten op concurrerende wijze (beschikbare ruimte, productiekosten, beschikbaarheid van productiemiddelen, enz.) op te nemen.

809. Tenslotte is het aangepaste voorstel beperkt tot Europa, terwijl de betrokken industriële vestigingen een deel [...]* van hun omzet halen uit export buiten Europa. Volgens de voorgestelde corrigerende maatregelen blijven deze verkopen buiten Europa het terrein van Schneider/Legrand. Zo hebben de partijen de Commissie erop gewezen dat op een totale verkoop van [300-500]* miljoen EUR de voorgestelde entiteit momenteel een omzet van [50-250]* miljoen EUR buiten Europa realiseert. Dit houdt in dat alle voor afstoting voorgestelde productievestigingen de groep Schneider/Legrand gemiddeld ongeveer een kwart van hun huidige productie zouden blijven leveren. Deze afhankelijkheid is bijvoorbeeld bijzonder uitgesproken in het geval van de vestiging [...]* waarvan meer dan [40-70]*% van de productie buiten Europa zou worden verkocht. Om dit probleem op te lossen stellen de partijen voor [...]*. In zowel het ene geval als het andere zou dit ertoe leiden dat de productie van de betrokken eenheden meteen of op termijn wordt beperkt, wat de kosten per eenheid van hun productie zou verhogen. Een dergelijke verhoging van de kosten per eenheid tast hun concurrentievermogen in termen van marges aan. De gevolgen van verlies aan concurrentievermogen van de productievestigingen zouden van land tot land uiteenlopen. Op de Franse markten, waar Schneider al dominante posities inneemt, zou het effect duidelijk voelbaar zijn, terwijl op de Italiaanse markten voor eindverdelers de omvang van de afgestoten marktsegmenten een dergelijk verlies aan concurrentievermogen wellicht zou kunnen opvangen.
810. Naast de hierboven geschetste problemen biedt het aangepaste voorstel geen oplossing voor de problemen met betrekking tot de toegang tot de markt, met name in Frankrijk. De bevoorrechte toegang tot de markt waarover Legrand voor de transactie beschikt, heeft niet alleen te maken met zijn marktpositie op het gebied van verdelers (die betrekkelijk bescheiden is vergeleken met die van Schneider, vooral bij onderverdelers), maar ook met zijn sterke positie op de markten van eindmaterialen (contactdozen, schakelaars, enz.). Het onderzoek van de Commissie heeft uitgewezen dat geen enkele andere aanbieder op de markt in staat is de groothandel condities te bieden die vergelijkbaar zijn met die van Legrand (met een machtspositie op het terrein van apparatuur en materialen die voorbij de eindverdelers worden geïnstalleerd) en Schneider (met een machtspositie op verdelergebied). Hieruit volgt dat de verwerver van de activiteit voor de betrokken producten niet zou kunnen profiteren van de gunstige toegang tot de groothandel [...]*, wat (volgens het onderzoek van de Commissie) zijn concurrentievermogen significant zou kunnen aantasten. De kans hierop zou des te groter zijn omdat de verwerver na het totstandkomen van de concentratie wordt geconfronteerd met een entiteit waarin de krachten van Schneider en Legrand zijn gebundeld.
811. Ten aanzien van Frankrijk heeft de Commissie geconcludeerd dat de transactie leidt tot een versterking van Schneiders machtspositie op de markten van onder- en eindverdelers. Zoals hiervoor in de analyse van de gevolgen van de voorgestelde transactie op de concurrentie is uiteengezet, is die versterking met name het gevolg van

twee factoren: het toevoegen van de marktaandelen van Legrand aan die van Schneider (deze samenvoeging vervalt bij het aangepaste voorstel) en de versterking van de positie van Schneider op het niveau van de distributeurs van elektrische apparatuur die voortvloeit uit de toevoeging van de omzet en de vooraanstaande positie van Legrand in de sector eindapparatuur. Zoals hierboven is toegelicht kan de verwerver van de voorgestelde activiteit bij lange na niet dezelfde concurrentiedruk uitoefenen als die welke van Legrand uitoefent op Schneider (en al helemaal niet op de nieuwe, gecombineerde entiteit Schneider/LeGrand). In deze situatie maken de voorgestelde verbintenissen geen eind aan de concurrentiebelemmerende gevolgen van de transactie op deze markten.

812. De conclusie is daarom dat het aangepaste voorstel van de aanmeldende partij niet alle risico's van het aanvankelijke voorstel wegneemt (sommige van deze risico's kunnen op zichzelf de doeltreffendheid van de corrigerende maatregel dubieus maken) en geen oplossing biedt voor de naar voren gebrachte bezwaren aangaande de Franse markten van verdelers en de componenten daarvan. Hoe dit ook zij, dit voorstel maakt het de Commissie niet mogelijk een oordeel te vellen over de ontvankelijkheid ervan zonder een nieuw onderzoek te doen (wat in dit stadium van de procedure niet is toegestaan).

De Franse en Portugese markten van aansluitautomaten

813. De aanvankelijke voorstellen voor verbintenissen hielden in dat de onderneming Baco integraal zou worden afgestoten, met inbegrip van alle materiële en immateriële activa, de medewerkers en de verkoopcontracten. Baco is tevens actief op het gebied van aardlekschakelaars en besturingscomponenten. De producten ervan worden op de markt gebracht onder de merknamen Baco en Legrand. De productie vindt plaats in een vestiging in Straatsburg.
814. De voorgestelde verbintenis maakt een eind aan de samenvoeging van marktaandelen met de Schneider-groep op de markten van aansluitautomaten. Bovendien is Baco een volwaardige onderneming, die zelfstandig functioneert. Zoals echter in het voorgaande is aangegeven, is er een relatie van onderlinge afhankelijkheid tussen de productie van Baco en die van andere activiteiten van Legrand op het gebied van verdelers. Zo is een kwart van de omzet van Baco het resultaat van onderaanneming voor aan andere bedrijven van de Legrand-groep. Het onderzoek van de Commissie heeft uitgewezen dat de verkoop van Baco moet worden gecombineerd met die van de activiteiten van Legrand op het gebied van verdelers. Verder is hierbij gebleken dat, met dit voorbehoud, het voorstel van de partijen een oplossing kan bieden voor de concurrentieproblemen op de Franse en Portugese markten van aansluitautomaten.
815. Volgens het aangepaste voorstel van de partijen zouden de leveringen van Baco aan de rest van Legrand onder [...] worden beëindigd en blijft de mogelijkheid van afstoting in verband met [...] open. Ook dan blijft echter gelden dat de verkoop van Baco gepaard moet gaan met die van de andere activiteiten op het gebied van verdelers, en dit voorstel is derhalve in de gedane vorm niet aanvaardbaar.

De Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten

816. De voorstellen voor verbintenissen voorzien in het afstoten van Baco. De voorgestelde verbintenis maakt een eind aan de samenvoeging van marktaandeel met de Schneider-

groep op de Franse markt van besturings- en signaleringscomponenten. De hierboven naar voren gebrachte ten aanzien van Baco overwegingen gelden ook hier.

De Franse markt van contactdozen en schakelaars

De aanvankelijk voorgestelde verbintenissen waren onvoldoende

817. De aanvankelijke voorstellen voor verbintenissen bestonden uit het afstoten van de ondernemingen Alombard en Scanelec, beide dochterondernemingen van de Schneider-groep. Alombard is gespecialiseerd in de fabricage van contactdozen en schakelaars maar ontwikkelt tevens activiteiten op de markt van installatie- en bevestigingsmateriaal. Alombard heeft zijn eigen productie- en O&O-vestiging in Orléans. Het voorstel voor verbintenissen had betrekking op alle materiële en immateriële activa van Alombard. De activiteiten van Scanelec omvatten de verkoop van apparatuur en materialen voorbij de eindverdelers voor grote warenhuizen en dergelijke. Het voorstel voor verbintenissen had betrekking op alle materiële en immateriële activa van Scanelec.
818. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt dat dit voorstel niet kan leiden tot het herstel van een daadwerkelijke mededinging op de betrokken markten.
819. In de eerste plaats worden de door Alombard aangeboden eigen productlijnen door de markt als verouderd beschouwd. De overige productlijnen van het bedrijf zijn ontwikkeld door andere entiteiten binnen de Schneider-groep (die niet worden afgestoten).
820. Bovendien zouden deze afstotingsvoorstellen aanzienlijke problemen met zich meebrengen ten aanzien van de zelfstandigheid van de twee betrokken entiteiten, die in de huidige situatie sterk geïntegreerd zijn in de Schneider-groep. Alombard koopt het merendeel van zijn onderdelen in bij andere bedrijven van de Schneider-groep. Een bedrijf dat Alombard overneemt, moet dus nieuwe productlijnen ontwikkelen als hij het bedrijf onafhankelijk wil maken van Schneider/Legrand en bij de eigen onderneming wil voegen. Dit zou één à twee jaar kosten en omvangrijke investeringen vergen. Bovendien zijn het verkoopapparaat en een aantal centrale functies van Alombard [...]*. Dit betekent dat een verwerver tevens de verkoopstaf en centrale functies opnieuw moet opbouwen.
821. Scanelec koopt alleen in bij bedrijven van de Schneider-groep, biedt producten aan onder de merknaam Schneider en [...]* van zijn medewerkers staat onder contact bij Schneider. Het is moeilijk voorstelbaar hoe deze onderneming zonder zijn banden met de Schneider-groep langere tijd had kunnen voortbestaan. De verkoop van Scanelec is onlosmakelijk verbonden met die van Alombard, want elk ervan vertegenwoordigt [10-30]*% van de omzet van de ander. Het onderzoek van de Commissie heeft deze analyse bevestigd.
822. Tenslotte vertegenwoordigen Alombard en Scanelec slechts een gering deel van de Franse markt van contactdozen en schakelaars (ongeveer [0-10]*%), tegen ongeveer [80-100]*% voor de uit de fusie ontstane entiteit. Gezien de overheersende positie die Schneider/Legrand op alle productmarkten op het gebied van laagspanningsmaterialen inneemt tegenover de groothandel, is het zeer onwaarschijnlijk dat de afgestoten entiteit in staat zou zijn bij de groothandel een vergelijkbare concurrentiedruk uit te oefenen als

de Schneider-groep (deze laatste kon steunen op zijn positie op het gebied van verdelers om de afzet van zijn contactdozen via de groothandel te bevorderen).

823. De conclusie is derhalve dat met het voorstel voor verbintenissen dat betrekking heeft op het afstoten van Scanelec en Alombard de initiële concurrentievoorwaarden niet kunnen worden hersteld.

De aangepaste voorstellen, ingediend op 24 september

824. De aangepaste verbintenissen bestaan uit [...]*. Volgens de aan de Commissie verstrekte inlichtingen [...]*.

825. Het aangepaste voorstel zou er dus toe leiden dat de samenvoeging van de bestaande activiteiten van Schneider en Legrand ruimschoots wordt tenietgedaan. Er resten echter twee belangrijke vraagpunten.

826. In de eerste plaats is er de vraag naar de commerciële levensvatbaarheid [...]*. Meer in het bijzonder blijkt dat [...]* een aanzienlijk deel van zijn omzet (20-30%) dankt aan de levering van onderdelen aan andere bedrijven van de groep [...]*. De partijen stellen voor dit type leveringen vóór de afstoting af te splitsen [...]*, maar er blijven twijfels bestaan over de gevolgen van deze scheiding voor de winstgevendheid [...]* en het concurrentievermogen van de aangeboden producten. Een nauwkeurige analyse van deze punten vereist een nieuw onderzoek.

827. Bovendien bezat Legrand vóór de transactie een machtspositie op de Franse markt van contactdozen en schakelaars (met een totaal marktaandeel van [80-90]*% [...]*). Zijn voornaamste concurrent was Alombard ([0-10]*%), die het voordeel had deel uit te maken van de Schneider-groep (zowel op het punt van toelevering van producten, via Lexel, als van toegang tot de groothandel). Na de transactie en de uitvoering van de verbintenis zou de situatie [...]*. Het lijkt onwaarschijnlijk dat de nieuwe entiteit dit marktaandeel zal kunnen behouden. Allereerst streefde Schneider volgens interne documenten naar een marktaandeel van de orde van [10-20]*% voor [...]*. De concentratie heeft tot gevolg dat dit streven komt te vervallen. Verder zou de groep Schneider/Legrand eenzelfde differentiatie van merken kunnen doorvoeren [...]* als die welke deze eerder op de markt heeft toegepast en [...]* afzonderen. Gezien de omvang van de machtspositie van Legrand vóór de transactie, het gegeven dat de gefuseerde entiteit blijft profiteren van de twee voornaamste merken (Legrand en [...]*) en het feit dat de groothandel niet om de nieuwe entiteit heen kan, is het de vraag of de afstoting [...]* een herstel mogelijk maakt van de concurrentievoorwaarden zoals die vóór de transactie bestonden.

828. De Commissie meent dat, [...]*, dit niet het geval zal zijn. Enerzijds omdat zoals in het voorgaande voor laagspanningsverdelers is uiteengezet, het geenszins zeker is dat de verwerver een soortgelijke bevoorrechte toegang tot de groothandel krijgt als [...]*. Dit aspect wordt nog belangrijker wanneer na doorvoering van de transactie de krachten van Legrand bij die van Schneider komen. Dit kan aanzienlijke gevolgen hebben voor de concurrentiedruk die [...]* na de transactie kan uitoefenen. En anderzijds omdat [...]*geconfronteerd zal worden met de gefuseerde entiteit, die beschikt over een productengamma dat op zijn minst vergelijkbaar is met het eigen assortiment en dat het voordeel heeft van twee merken (Legrand en [...]*). Dit zou de gefuseerde entiteit in staat kunnen stellen gerichte acties te ondernemen tegen [...]*.

829. De conclusie van de Commissie is daarom dat er ernstige twijfel bestaat over de mogelijkheden die het aangepaste voorstel biedt om de concurrentiedruk te herstellen die vóór de transactie op de markt bestaat en de concurrentiebelemmerende effecten daarvan weg te nemen. Hoe dit ook zij, de Commissie kan dit nieuwe voorstel niet aanvaarden zonder een nieuw onderzoek (dat in dit stadium van de procedure niet is toegestaan).

De Griekse markt van contactdozen en schakelaars

De aanvankelijk voorgestelde verbintenissen waren onvoldoende

830. Het aanvankelijke voorstel voor verbintenissen hield de overdracht in naar Alombard (zie de voorgaande punten) van de exclusieve distributieovereenkomst die Elko, een dochteronderneming van de Schneider-groep, was aangegaan met de Griekse onderneming [...] over de import van contactdozen en schakelaars in Griekenland.

831. Uit het onderzoek van de Commissie blijkt dat de werkelijke uitvoerbaarheid van deze overeenkomst zowel in juridisch als technisch en commercieel opzicht onzeker is. De normale uitvoering van contactdozen en schakelaars is in Griekenland namelijk die met Schuko-configuratie – afwijkend van de (Frans-Belgische) configuratie die wordt gebruikt in Frankrijk, waar Lombard vrijwel zijn hele omzet behaalt. Bovendien is het merk Alombard in Griekenland momenteel onbekend en de hierover geraadpleegde derden hebben zich duidelijk bezorgd getoond over de mogelijkheden van het bedrijf om de voorheen door Elko gerealiseerde concurrentiedruk te herstellen. Tenslotte wijst niets erop dat de Griekse importeur met de overdracht akkoord zou gaan.

De aangepaste voorstellen voor verbintenissen, ingediend op 24 september

832. Het aangepaste voorstel bestaat uit [...] plus het bieden van de mogelijkheid aan [...] om in Griekenland het merk [...] te gaan voeren. Dit voorstel voert echter tot dezelfde onzekerheden als het aanvankelijke. Met name [...]. Het is geenszins zeker dat de verwerfer [...] bereid is te investeren in een lijn van Schuko-aansluitingen waarvoor hij alleen een bescheiden markt (in Griekenland) mag verwachten.

833. De Commissie is daarom van mening dat deze verbintenissen geen oplossing bieden voor de op de Griekse markt van contactdozen en schakelaars vastgestelde concurrentieproblemen. Hoe dit ook zij, de Commissie kan dit nieuwe voorstel niet aanvaarden zonder een nieuw onderzoek (dat in dit stadium van de procedure niet is toegestaan).

De Franse markt van waterdichte apparatuur

834. Het voorstel voor verbintenissen bestaat uit afstoting van de activiteit “installatieproducten” van Sarel. Sarel beschikt over een productielijn voor behuizingen van regelsystemen voor industriële toepassingen en een fabricageafdeling voor “installatieproducten” (waterdichte contactdozen en schakelaars, en installatie- en bevestigingsmateriaal). [...].

835. Het voorstel voor verbintenissen behelst afstoting van alle materiële en immateriële activa van Sarel die behoren tot de activiteit “installatieproducten” van de onderneming, alsmede overdracht van de merknaam “Sarel” voor dit soort producten. Hier dient te

worden opgemerkt dat de door de fusie ontstane entiteit Arels activiteiten op het gebied van behuizingen behoudt, evenals het eigendom van de merknaam “Sarel Enveloppes”.

836. Het deel “installatieproducten” van Sarel vertegenwoordigt [...] van Schneiders omzet in waterdichte apparatuur in Frankrijk. Het voorstel voor verbintenissen heft elke optelling van de marktaandelen op deze markt op.

837. Het onderzoek van de Commissie heeft gemengde uitkomsten opgeleverd aangaande de verdeling van het merk Sarel en de afsplitsing van deze activiteit (scheiding van de productie-eenheden, en meer in het algemeen die tussen de activiteiten op het gebied van universele behuizingen (“Enveloppes”, die deel blijven uitmaken van de Schneidergroep, en de eindmaterialen, die worden overgedragen). Hoe dit ook zij, dit voorstel voert tot dezelfde bedenkingen als die bij verdelers in Frankrijk of bij contactdozen en schakelaars: het is zeer de vraag of de verwerver in staat is de concurrentievoorwaarden van vóór de transactie te herstellen.

De Spaanse markt voor waterdichte apparatuur

838. Het voorstel voor verbintenissen (dat onveranderd is gebleven) behelst de afstoting aan de activiteit “installatieproducten”, die worden gefabriceerd door Sarel (dat ook zou worden afgestoten, zie hierboven) van het merk Estanca 55, dat in Spanje wordt gevoerd door Eunéa Merlin Gerin, een dochteronderneming van Schneider, opdat die de waterdichte apparatuur gaat verkopen. Hierbij moet worden opgemerkt dat Eunéa Merlin Gerin alle activiteiten van Schneider op de betrokken markt omvat.

839. Het voorstel voor verbintenissen behelst slechts de fabricage van de producten en de naam (Estanca 55) van het specifieke gamma waaronder deze producten in Spanje worden verkocht, maar niet de handelsactiviteiten (niet gedefinieerde verkoopstaf die niet lijkt te [...]*) en evenmin de overkoepelende merknaam (Eunea Merlin Gerin). Deze laatste kan dus hergebruikt worden door de gefuseerde entiteit om een nieuw productenaanbod op de markt te brengen dat van Legrand komt. Uit het onderzoek blijkt duidelijk dat zonder de steun van een groep die qua gewicht vergelijkbaar is met Schneider in Spanje, dit productengamma niet in staat zal zijn een concurrerende toegang te verwerven bij de tussenhandel.

De Franse markt van installatie- en bevestigingsmateriaal

840. Het voorstel voor verbintenissen bestaat uit het apart afstoten van [...] en de activiteit “installatieproducten” van Sarel. Deze overdrachten maken een eind aan alle overlapping van activiteiten op de Franse markt van installatie- en bevestigingsmateriaal, waar Legrand een dominante positie had. Ten aanzien van dit voorstel voor verbintenissen hoeft niets te worden toegevoegd aan hetgeen hiervoor is uiteengezet over de Franse markt van contactdozen en schakelaars.

De Franse markt van noodverlichtingen

841. Het voorstel voor verbintenissen bestaat uit het afstoten van de activiteit noodverlichting van Schneider aan de entiteit die ook de activiteiten “installatieproducten” van Sarel overneemt (waarvoor een ander voorstel voor verbintenissen is gedaan, zie hiervoor). Hierover zij slechts opgemerkt dat Schneider niet beschikt over enige productie-eenheid voor dit soort producten maar ze bij een derde inkoop. Het

leveringscontract zou eveneens aan de verwerver worden overgedragen. Noodverlichtingen worden door Schneider op de markt gebracht onder het merk Merlin Gerin. Momenteel wordt het merk Sarel niet gebruikt voor dit soort producten.

842. De partijen stellen bovendien voor de handelsonderneming Lumatic, met inbegrip van het merk Lumatic, af te stoten aan de verwerver van de activiteit “installatieproducten” van Sarel. Lumatic was een zelfstandige onderneming die eigen producten onder deze merknaam op de markt bracht, maar is nu een onderdeel van een dochterbedrijf van Legrand, URA/Lumatic, dat gespecialiseerd is in noodverlichtingen. In 2000 is binnen de Legrand-groep echter al besloten om in de loop van 2001 de merknaam Lumatic te laten vervallen ten gunste van de naam URA.
843. Uit het onderzoek van het aanvankelijke voorstel komt naar voren dat de vervanging van het merk Merlin Gerin door de merken Sarel (nog onbekend op deze markt) en/of Lumatic (aan het verdwijnen) geen herstel van de initiële concurrentievoorwaarden mogelijk maakt op deze markt (waar Legrand een machtspositie inneemt met een marktaandeel van meer dan [40-60]*%).
844. Bij de aangepaste voorstellen voor verbintenissen stelt de aanmeldende partij voor het op de markt brengen van de noodverlichtingen met eigen voeding die nu door Merlin Gerin worden verkocht, toe te vertrouwen aan [...]*. [...]*, heeft de Commissie ernstige twijfels omtrent dit voorstel. De bedenkingen aangaande de toegang tot de tussenhandel en het vermogen om daadwerkelijke concurrentievoorwaarden te herstellen zijn hier identiek aan die welke al voor de andere Franse markten van apparatuur en verdelers zijn uiteengezet. Bovendien biedt een dergelijke corrigerende maatregel geen enkele waarborg aangaande de motivatie van de verwerver [...] om op de betrokken markt werkelijk te gaan concurreren. Hoe dit ook zij, de Commissie kan dit voorstel niet aanvaarden zonder een nieuw onderzoek (dat in dit stadium van de procedure niet is toegestaan).

De Franse markt van laagspanningstransformators

845. Het voorstel voor verbintenissen omvat een alternatief. In de eerste plaats stellen de partijen de afstoting voor van Schneiders verkoopactiviteiten op het gebied van laagspanningstransformators aan zijn huidige leverancier: Murelektronic. Hierbij moet worden opgemerkt dat Schneider deze producten op de markt brengt onder het merk Télémécanique. De voorgestelde verbintenis houdt dus in dat de producten van Murelektronic die al in de handelscatalogus van Télémécanique zijn opgenomen, gehandhaafd blijven, maar worden verhandeld onder de naam Murelektronic.
846. Als alternatief stelt de aanmeldende partij voor dat het leveringscontract tussen Schneider en Murelektronic wordt overgedragen aan Baco (het onderwerp van een ander voorstel voor verbintenissen, zie hierboven).
847. Bij het eerste van de twee alternatieven blijft de versterking van de marktpositie gehandhaafd, maar als het leveringscontract wordt overgedragen aan Baco om de optelling van marktaandelen te vermijden, staat daar tegenover dat er een nieuw merk moet worden gelanceerd, wat onzekerheden inhoudt omtrent de levensvatbaarheid en het concurrentievermogen van de voorgestelde verbintenissen. Ook is het de vraag in hoeverre Murelektronic in staat is zich te handhaven los van Schneider, dat de kern van zijn productie op de markt brengt, ook al gezien het feit dat de partijen zelf stellen dat

deze onderneming zou verdwijnen als Schneider de verkoop zou staken. Bovendien biedt een corrigerende maatregel van dit type geen enkele zekerheid omtrent de motivatie van de aanbieder die Baco verwerft om op de betrokken markt een echte concurrentie aan te gaan.

De Britse markt van kabeldragers

848. Het voorstel voor verbintenissen bestaat uit een overdracht van de activiteiten en verkoopstaf van Mita, dochteronderneming van Schneider, aan de onderneming Métal Déployé, dit alles voorzover betrokken bij de verkoop van de onderhavige producten en in het kader van de opzegging van het leveringscontract aangaande de Cablofil-producten tussen Métal Déployé en Mita. De anmeldende partij zou zich bovendien verplichten de verkoop van dit type producten gedurende een periode van vijf jaar niet te hervatten. Hierbij moet worden opgemerkt dat de verkoop van Cablofil-producten ongeveer [50-70]*% van de omzet van Schneider op deze markt uitmaakt.

849. Gezien de in het algemeen bescheiden posities van Schneider en Legrand in het Verenigd Koninkrijk is te verwachten dat de hieruit resulterende reductie van het gezamenlijke marktaandeel samen met een clause die terugkeer op de markt uitsluit, het concurrentieprobleem kan oplossen.

C. Conclusie

850. Het onderzoek heeft duidelijk aangetoond dat het aanvankelijke voorstel onvoldoende was, zowel op punten van zelfstandigheid en volwaardigheid van de voorgestelde entiteiten als ten aanzien van de risico's betreffende de toegang tot de markt van de afgestoten entiteiten. De aangepaste voorstellen voor verbintenissen die de partijen hebben gedaan, lossen de met het aanvankelijke voorstel verbonden risico's maar zeer ten dele op. In de voorgelegde vorm kunnen ze daarom niet worden aanvaard. Voor de aangepaste voorstellen voor verbintenissen geldt namelijk: (i) ze blijven duidelijk onvoldoende met betrekking tot bepaalde markten, zoals die van contactdozen en schakelaars in Griekenland, waterdichte apparatuur in Spanje, laagspanningstransformatoren in Frankrijk en noodverlichtingen (ook die met eigen voeding) in Frankrijk; (ii) ze wekken op een aantal punten gereede twijfel aangaande de levensvatbaarheid van de af te stoten entiteiten; en (iii) maken geen eind aan ernstige twijfels aangaande het vermogen van de entiteiten hun huidige positie te handhaven en op de betrokken markten daadwerkelijke concurrentievoorwaarden te herstellen. Deze twee laatste punten gelden voor alle betrokken markten, uitgezonderd die voor de verkoop van kabeldragers in het Verenigd Koninkrijk. Bovendien kan de Commissie de nieuwe verbintenissen vervat in de aangepaste voorstellen voor verbintenissen (waaronder met name die welke betrekking hebben op verdelers en op gewone contactdozen en schakelaars) hoe dan ook niet aanvaarden zonder een nieuw onderzoek, wat volgens punt 43 van de mededeling van de Commissie over corrigerende maatregelen niet is toegestaan.

VII. ALGEMENE CONCLUSIE

851. Om de hierboven uiteengezette redenen zal de aangemelde concentratie leiden tot het scheppen of versterken van machtsposities die tot gevolg hebben dat een daadwerkelijke mededinging in significante mate zou worden belemmerd. De voorgestelde verbintenissen maken het de Commissie niet mogelijk te concluderen dat zij de

concentratie verenigbaar maken met de gemeenschappelijke markt en de werking van de EER-overeenkomst. De Commissie concludeert derhalve dat de aangemelde concentratie onverenigbaar is met de gemeenschappelijke markt en de werking van de EER-overeenkomst.

HEEFT DE VOLGENDE BESCHIKKING GEGEVEN:

Artikel 1

De door Schneider op 16 februari 2001 bij de Commissie aangemelde concentratie waarbij Schneider zeggenschap zou verwerven over Legrand, wordt onverenigbaar verklaard met de gemeenschappelijke markt en de werking van de EER-overeenkomst.

Artikel 2

Deze beschikking is gericht tot

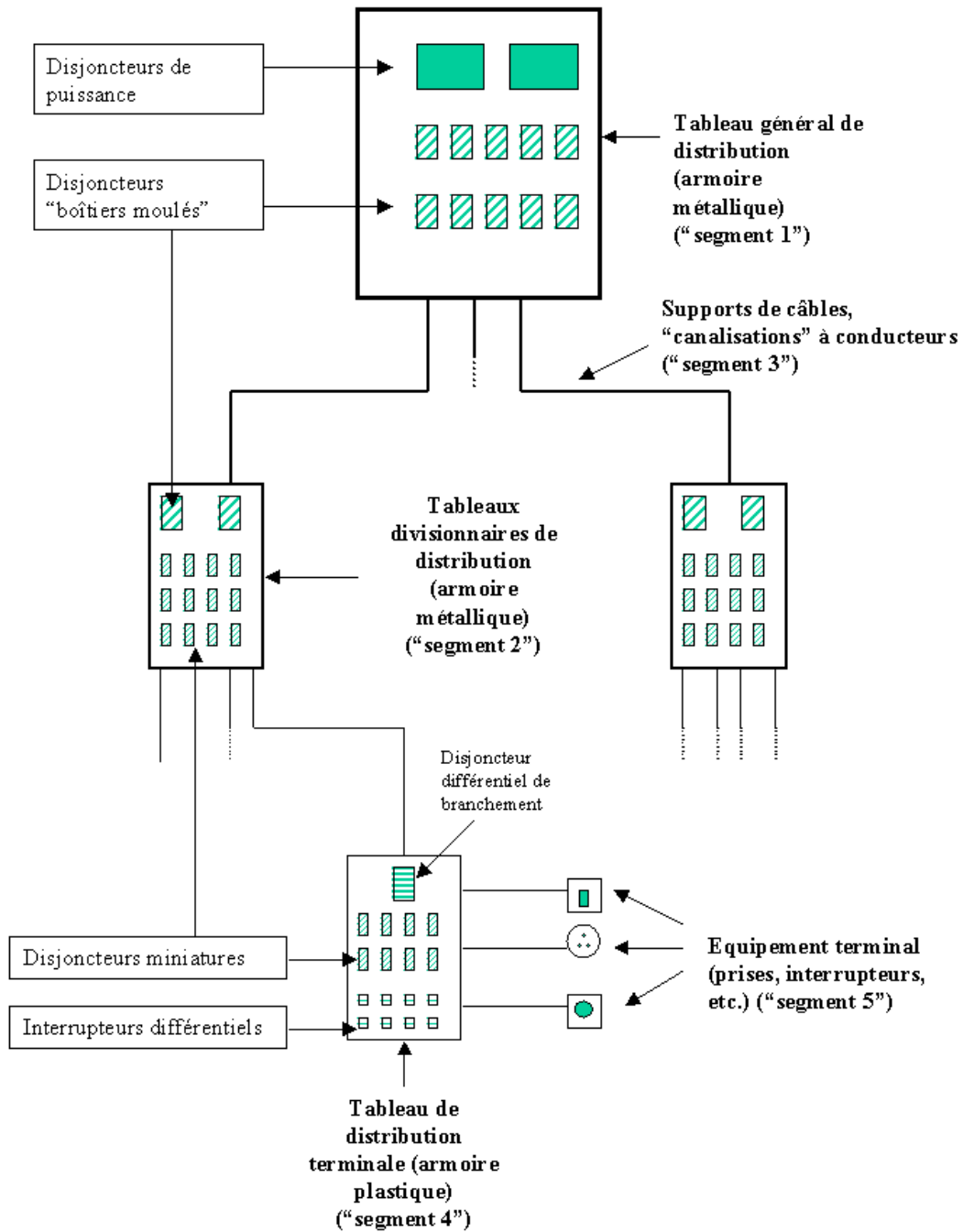
SCHNEIDER ELECTRIC S.A.
43-45, boulevard Franklin Roosevelt
92500 RUEIL-MALMAISON
FRANCE

Voor de Commissie

(getekend)

BIJLAGE 1

Algemeen overzicht: materialen voor elektriciteitsdistributie



BIJLAGE 2
MERKEN DIE DE PARTIJEN VOEREN

SCHNEIDER		LEGRAND	
Merk	Landen	Merk	Landen
Alombard	F	Arnould	F
Boige&Vignal	F	Bticino	F-SP-P-D-B-A-F-NL
Dalcotech	DK	Legrand	Alle landen
Eljo	S	Ortronics	I-VK-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	VK-IR
Gardy	F-B	Terraneo	I-SP-P-D-B-A-F-NL
JoJo (doe-het-zelfmarkt)	DK-UK-S-FIN-F (onder de merknaam Jo)	URA	F-SP-B-S
Lexel	S-FIN-DK	Wiremold	VK
LK	DK		
May&Steffen	D		
Merlin-Gerin	Alle landen		
Mita	VK-B-IR		
Multisignal	S		
Normabarre	F-I		
Sarel	F-I-A-B		
Schyller	Alle landen behalve Luxemburg		
Square D	VK		
Stago	NL-B		
Strömfors	FIN-D-S-DK		
Télemécanique	Alle landen		
Telesafe	S-D-NL		
Thorsman	S-FIN-DK-VK-IR-D-NL-B		
Wibe	S-FIN-DK-VK-B-A-P		