

***Cas n° COMP/M.2621***  
***– SEB/MOULINEX***

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

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

---

Article 9(3)

date: 08/01/2002



## COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 08.01.2002

**C(2002)38**

Dans la version publique de cette décision, des informations ont été supprimées conformément à l'article 17 (2) du règlement du Conseil (CEE) n°4064/89 concernant la non-divulgence des secrets d'affaires et autres informations confidentielles. Les omissions sont donc indiquées par [...]. Quand cela était possible, les informations omises ont été remplacées par des fourchettes de chiffres ou une description générale.

VERSION PUBLIQUE

PROCEDURE CONCENTRATIONS  
DECISION ARTICLE 9(3)

### DÉCISION DE LA COMMISSION

**du 08.01.2002**

**de renvoyer en partie l'affaire n° COMP/M.2621 - SEB/MOULINEX  
aux autorités  
nationales compétentes de la République Française en vertu de l'article 9 du  
Règlement du Conseil n° 4064/89**

La Commission des Communautés Européennes,

Vu le Traité établissant la Communauté Économique Européenne,

Vu le Règlement du Conseil (CEE) n° 4064/89 du 21 décembre 1989 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, et, en particulier, l'article 9 paragraphe 3,

Vu la notification du 13 novembre 2001, effectuée par l'entreprise Seb, en vertu de l'article 4 dudit Règlement du Conseil,

Vu la communication adressée par la République française en date du 7 décembre 2001,

#### CONSIDÉRANT

1. Le 13 novembre 2001, la Commission européenne a reçu notification, conformément à l'article 4 du règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil, d'un projet de concentration par lequel l'entreprise SEB S.A. ("Seb") acquiert, au sens de l'article 3 paragraphe 1

point b du règlement du Conseil, le contrôle de plusieurs parties de l'entreprise MOULINEX S.A. ("Moulinex ") par achat d'actifs.

2. Les autorités françaises de concurrence ont reçu copie de la notification le 15 novembre 2001.
3. Le 7 décembre 2001, la République française, en application de l'article 9 du règlement du Conseil sur les concentrations du 21 décembre 1989, notamment ses paragraphes 1, 2 et 3, a demandé à la Commission le renvoi partiel de l'opération notifiée. Cette demande est faite pour ce qui concerne l'analyse des effets de l'opération sur certains marchés français des appareils de petit électroménager. La République française considère que l'opération en cause présente le risque de créer ou de renforcer une position dominante sur les marchés identifiés, situés à l'intérieur de son territoire. Elle demande en conséquence que l'analyse des effets de l'opération, la détermination des mesures propres à restaurer une concurrence effective et le suivi de ces mesures soient effectués par les autorités françaises de concurrence.
4. Seb a reçu une copie intégrale de la demande des autorités françaises, ces dernières ayant indiqué que leur demande ne contenait aucun élément confidentiel. La partie notifiante n'a soumis aucune observation écrite à la Commission portant sur cette demande.

## **I. LES PARTIES A L'OPERATION**

5. Seb est une entreprise française active dans le secteur de la conception, de la fabrication et de la commercialisation d'appareils du petit électroménager au niveau mondial.
6. Moulinex est également une entreprise française active dans le secteur de la conception, de la fabrication et de la commercialisation d'appareils du petit électroménager au niveau mondial.

## **II. L'OPÉRATION**

7. Le 7 septembre 2001, le Tribunal de commerce de Nanterre a ouvert une procédure de redressement judiciaire sur le groupe Moulinex. Conformément à la loi française, des administrateurs judiciaires nommés par le Tribunal de commerce ont dû établir si l'entreprise en redressement judiciaire pouvait poursuivre son activité, devait être cédée à des tiers ou devait être liquidée. Dans le cas présent, la poursuite des activités de Moulinex s'étant révélée impossible, les administrateurs ont tenté de trouver un repreneur pour les activités de Moulinex.
8. C'est dans le cadre de cette procédure, que le groupe Seb s'est porté candidat à la reprise de certaines activités "petit électroménager" de Moulinex, à savoir :
  - tous les droits attachés à l'exploitation des marques Moulinex, Krups et Swan quels que soient les produits concernés.

- une partie de l’outil de production (8 sites industriels sur un total de 18 et certains outillages présents dans les sites non-repris) permettant la production d’au moins certains modèles pour tous les produits fabriqués par Moulinex, à l’exception des aspirateurs et des fours à micro-onde.
  - certaines sociétés de commercialisation à savoir, pour l’Europe, uniquement les sociétés allemande et espagnole.
9. Par jugement du 22 octobre 2001, le Tribunal de commerce de Nanterre a accepté le plan de reprise proposé par Seb. L’opération notifiée aboutit donc à une prise de contrôle de Seb sur certains actifs de Moulinex et constitue donc une concentration au sens de l’article 3 (1) b du règlement du Conseil.

### III. DIMENSION COMMUNAUTAIRE

10. Quelle que soit la méthode retenue pour le calcul du chiffre d’affaires de la société Moulinex<sup>1</sup>, les entreprises concernées réalisent un chiffre d’affaires total sur le plan mondial de plus de 2,5 milliards d’Euros<sup>2</sup> (Seb : [...] millions d’Euros ; [...] Moulinex : millions d’Euros (*méthode 1*) ou [...] millions d’Euros (*méthode 2*)). Dans chacun d’au moins trois États membres, le chiffre d’affaires total réalisé par Seb et Moulinex est supérieur à 100 millions d’Euros, et chacune des parties réalise dans ces trois États membres un chiffre d’affaires d’au moins 25 millions d’Euros<sup>3</sup>. De plus, les deux entités réalisent chacune un chiffre d’affaires d’au moins 100 millions d’Euros dans la Communauté (Seb : [...] millions d’Euros ; Moulinex : [...] millions d’Euros (*méthode 1*) ou [...] millions d’Euros (*méthode 2*)). Aux termes de l’article 1 (3) du règlement du Conseil, l’opération a donc une dimension communautaire.

### IV. DEFINITION DES MARCHES EN CAUSE

#### *Les marchés de produit –la vente d’appareils de petit électroménager*

11. La demande de renvoi partiel des Autorités françaises porte sur certains marchés de la vente d’appareils de petit électroménager, c’est-à-dire ceux des friteuses, des grille-pain, des cafetières, des espressos, des bouilloires, des fours, des gaufriers, des

---

<sup>1</sup> Chiffre d’affaires excluant seulement les activités non reprises (aspirateurs et micro-ondes) (méthode 1), ou excluant les chiffres d’affaires des filiales commerciales non reprises mais incluant les prix de cession internes facturés par Moulinex aux filiales commerciales non reprises (méthode 2)

<sup>2</sup> Chiffre d’affaires calculé conformément à l’article 5(1) du règlement relatif au contrôle des opérations de concentrations et à la communication de la Commission sur le calcul du chiffre d’affaire (JO C 66, du 2.3.1999, p. 25).

<sup>3</sup> Seb : [...] millions d’Euros en Allemagne, [...] millions d’Euros en France et [...] millions d’Euros au Royaume-Uni  
Moulinex : - *Méthode 1* : [...] millions d’Euros en Allemagne, [...] millions d’Euros en France et [...] millions d’Euros au Royaume-Uni  
- *Méthode 2* : [...] millions d’Euros en Allemagne, [...] millions d’Euros en France et [...] millions d’Euros au Royaume-Uni.

« repas informels », des barbecues/grills, des autocuiseurs, des préparateurs culinaires et des fers vapeurs.

12. Les Autorités françaises estiment que les marchés doivent être définis en conformité avec la fonctionnalité des produits. En effet, elles précisent que même s'il est probable qu'à l'intérieur de chacune de ces familles de produits, il existe une grande variété de modèles à l'esthétique et aux options techniques différentes, et que leurs gammes de prix pourraient s'avérer très larges, "ces distinctions ne sauraient être suffisantes pour caractériser à elles seules des marchés pertinents de produits distincts dans la mesure où la plupart des producteurs semblent en mesure d'offrir une large gamme de produits".
13. La Commission partage l'avis des Autorités françaises. En effet, le secteur économique concerné par l'opération est celui de la vente d'appareils du petit électroménager qui se décompose en 13 catégories de produits :
  - i) Les friteuses
  - ii) Les mini-fours posables (distincts des fours encastrables)
  - iii) Les grille-pain
  - iv) Les appareils à sandwich et gaufriers (gaufres, croque-monsieur et sandwiches)
  - v) Les appareils pour repas informels ("pierrade ", "raclette", "fondue"...) )
  - vi) Les barbecues électriques et grills d'intérieur
  - vii) Les cuiseurs à vapeur et de riz
  - viii) Les cafetières électriques pour café filtre
  - ix) Les bouilloires
  - x) Les machines à café Espresso.
  - xi) Les préparateurs culinaires (appareils multifonctions et robots ménagers divers tels que les hachoirs, les mixers, les batteurs, les presse agrumes, les râpes et les centrifugeuses).
  - xii) Les fers à repasser / stations vapeur
  - xiii) Les appareils de soins personnels (appareils de santé et de beauté divers tels que les balances de pesage, des appareils de massage, les appareils de puériculture, les appareils d'hygiène dentaire, les rasoirs, les tondeuses, les épilateurs et les sèche-cheveux).
14. Dans leur notification les parties considèrent que chaque catégorie d'appareils du petit électroménager peut constituer un marché de produit distinct. Pour cela, elles se fondent essentiellement sur une analyse de la substituabilité du côté de la demande, chaque catégorie correspondant à une fonction spécifique et étant destinée à un usage final distinct.
15. Cette analyse est généralement confirmée par l'analyse de marché effectuée par la Commission, à l'exception de quelques catégories de produit. Ainsi, l'enquête de la Commission a révélé que pour la catégorie des préparateurs culinaires, plusieurs familles de produits pourraient être distinguées eu égard aux différentes fonctions que peuvent remplir ces appareils. Cependant, les réponses des concurrents et des clients des parties n'ont pas permis de déterminer précisément quelle pourrait être la subdivision exacte de ce marché. La question de la définition précise de ce marché peut être laissée ouverte dans la mesure où quelle que soit la définition retenue, l'analyse concurrentielle est identique.

16. Pour les fers et stations vapeurs, les investigations menées par la Commission révèlent qu'il serait envisageable de séparer les fers vapeurs des stations vapeurs compte tenu des écarts de prix entre ces deux types de produits. La question de la définition précise de ce marché peut être laissée ouverte dans la mesure où quelle que soit la définition retenue, l'analyse concurrentielle est identique.
17. Les appareils de soins de la personne (appareils de santé et de beauté) regroupent un large éventail de types d'appareils remplissant des fonctions très différentes et ont fait l'objet de commentaires par de nombreux tiers interrogés, suggérant une subdivision plus fine. Cependant, la définition précise de ce segment peut être laissée ouverte, dans la mesure où quelle que soit la définition retenue, aucun marché ne serait affecté par la présente opération.
18. Du côté de l'offre, les parties et l'enquête de la Commission ont souligné une certaine substituabilité des produits. En effet, les appareils du petit électroménager sont généralement des appareils peu sophistiqués, utilisant des technologies et des composants banalisés et de plus en plus standards, accessibles à tous les acteurs du petit électroménager et pour lesquels ces acteurs ont tendance à développer une politique d'externalisation forte. Cependant, même en supposant que tous les fabricants soient en mesure de fabriquer tous les appareils du petit électroménager, l'enquête de la Commission a montré que les coûts et les temps nécessaires à l'entrée sur un nouveau marché de produit peuvent se révéler importants compte tenu des caractéristiques du marché. Comme cela sera précisé plus loin, la concurrence, dans le secteur du petit électroménager, se fait par les marques. Pour entrer sur un nouveau marché de produit concurrent, qu'il soit ou non présent sur des marchés voisins, doit s'assurer qu'il aura suffisamment de débouchés et donc qu'il aura un volume de vente suffisant. Pour cela, il devra se faire référencer par les clients revendeurs et donc faire connaître sa marque auprès des consommateurs finaux ce qui prend un certain temps et engendre des frais importants de marketing et de publicité.
19. Sur la base des considérations ci-dessus développées, la Commission partage l'analyse des Autorités françaises qui définissent des marchés de produits distincts pour chaque catégorie d'appareils du petit électroménager.

### *Les marchés géographiques*

20. Du point de vue géographique, les Autorités françaises estiment que les marchés de la vente d'appareils de petit électroménager ont une dimension nationale car il existe des conditions de concurrence spécifiques à la France qui en font un marché pertinent distinct en raison i) des parts de marché très élevées de la nouvelle entité en France et moindres dans les autres pays alors que le niveau d'importation et les faibles coûts de transports auraient dû favoriser leur homogénéisation, ii) du portefeuille de marque inégalé qu'aura la nouvelle entité qui crée des barrières à l'entrée spécifiques au marché français et, iii) d'une structure de distribution spécifique autour de la grande distribution en France contrairement aux autres pays et de contrats d'approvisionnements qui restent conclus au niveau national.
21. Les parties considèrent, dans leur notification, que les marchés géographiques des appareils du petit électroménager sont de dimension mondiale en raison de la

standardisation et de la mondialisation des usages, de la fabrication sur des sites de production spécialisés pour une exportation mondiale, de la déconnexion des lieux de production et de consommation, des faibles coûts de transport, de l'absence de barrières techniques, réglementaires ou douanières et enfin de la concentration et de l'internationalisation de la grande distribution, principal canal de distribution.

22. L'enquête menée par la Commission a confirmé la position des autorités françaises. Ainsi, une large part des clients et des concurrents des parties indiquent clairement l'existence de marchés nationaux pour les produits du petit électroménager, compte tenu notamment du fait que i) les parts de marché sont hétérogènes que ce soit au niveau des Etats Membres ou des catégories de produits, ii) la pénétration des marques est très différente selon les marchés, iii) les niveaux de prix peuvent varier significativement en fonction des marchés nationaux et de surcroît suivent une tendance différenciée, iii) les politiques commerciales et de marketing sont nationales pour tenir compte des particularités et des préférences des consommateurs, variables d'un Etat Membre à l'autre, iv) les structures logistiques sont nationales, v) les structures de distribution sont nationales et l'importance relative des différents canaux de distribution (grande distribution, chaînes spécialisées, grands magasins...) est très variable en fonction des Etats Membres, et vi) les relations clients/fournisseurs se font principalement sur une base nationale, même lorsqu'il s'agit de groupes de la grande distribution implantés internationalement.

## V. APPRECIATION

### *La demande des autorités françaises*

23. En ce qui concerne l'appréciation des effets de la fusion, les Autorités françaises estiment que l'opération est susceptible de créer ou de renforcer une position dominante en France qui, comme cela a été exposé ci-dessus, présente toutes les caractéristiques d'un marché distinct, conformément à l'article 9(2) du Règlement.
24. Les Autorités françaises soulignent que sur onze des douze marchés de produits affectés, l'opération va permettre de réunir les deux entreprises qui réalisaient les parts de marchés les plus importantes en France. Sur chacun de ces marchés, les additions de parts de marché sont conséquentes (cf. chiffres détaillés plus bas) et la nouvelle entité réaliserait un niveau de vente quatre fois supérieur à celui de son principal concurrent.
25. Les Autorités françaises ajoutent que sur chacun des marchés précités, l'opération va permettre à la nouvelle entité de détenir un portefeuille de marques inégalé alors que les marques jouent un rôle très important. En effet, les marques de distributeurs ont peu pénétré le marché français (celles-ci ne représenteraient que [0-10%] des ventes de fers vapeur ou [10-20%] des ventes de cafetières) alors que la nature des produits et l'organisation de la distribution en France auraient été propices à une proportion de ventes plus importante sous marques de distributeurs. En outre, il apparaît que Seb et Moulinex investissent des sommes conséquentes dans la préservation de la notoriété de leurs marques et qu'il existe une corrélation très étroite entre la part de marché et la part de linéaire détenue. Les marques constituent donc la seule possibilité pour un fabricant d'accéder aux rayons. Enfin, les Autorités françaises soulignent qu'au cours

de la procédure de redressement judiciaire de Moulinex, les autres offres de reprise portaient essentiellement sur les marques Moulinex (propositions des sociétés Arcelik et Taurus) ou Krups (propositions des sociétés Babyliiss, Electrolux, Saeco et Sunbeam) plutôt que sur les sites de production.

26. Compte tenu du niveau du portefeuille de marques que la nouvelle entité détiendrait à l'issue de l'opération et des parts de marché qu'elle aurait, les Autorités françaises en concluent qu'il apparaît que cette concentration menace de créer ou de renforcer une position dominante ayant pour conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative.

### **L'analyse de la Commission**

27. Les éléments recueillis par la Commission au cours de son enquête confirment l'avis des Autorités françaises.
28. En effet, il existe des doutes sérieux que la nouvelle entité acquerra une position de puissance inégalée par l'opération notifiée à la fois par l'élimination d'un moteur de la concurrence dû à la disparition de la rivalité entre Seb et Moulinex et l'émergence de leaderships dans d'autres marchés mais aussi par la gamme de produits et le portefeuille de marques dont elle disposera.

#### *Une entité de taille inégalée*

29. Sur onze des treize marchés de produits pertinents, les parties auront de fortes parts de marché puisque la nouvelle entité réalisera plus de 60% des ventes sur les marchés des friteuses [70-80%], des toasters [60-70%], des cafetières filtres [60-70%], des bouilloires [70-80%], des fours posables [70-80%], des appareils à sandwich/gaufriers [90-100%], des appareils de repas informels [80-90%], des barbecues/grills [60-70%], des appareils de préparation culinaire [60-70%] et des fers et stations vapeur [60-70%]. Elle réalisera également [40-50%] de part de marché sur les espressos et [30-40%] sur les cuiseurs vapeurs.
30. Sur chacun des marchés des produits en cause, la nouvelle entité représentera en moyenne quatre fois son concurrent le plus proche. Ainsi la nouvelle entité représentera 2,5 fois Magimix sur le marché des espresso (situation la plus favorable), et plus de 10 fois Severin sur les marchés des appareils de repas informels et des barbecues/grills (situation la moins favorable).
31. En outre, l'une ou l'autre des parties détenait déjà des positions très conséquentes avant l'opération. Ainsi, Moulinex est le leader incontesté des espressos [40-50%] (41%) tandis que Seb occupe notamment une très nette première place pour les appareils à sandwich/gaufriers [70-80%], les barbecues/grills [60-70%], les cuiseurs vapeurs [20-50%], les fours posables [40-50%] ou les bouilloires [50-60%].
32. Il s'ensuit que, malgré les recouvrements significatifs entre Seb et Moulinex, l'opération ne constitue pas la fusion de deux acteurs de taille moyenne acquérant la première place de leur secteur, mais le renforcement substantiel du leader existant (via l'acquisition de marques et de leaderships supplémentaires) et conduit à l'élimination d'un concurrent immédiat, puisque pour chaque marché de produits



concerné, une des parties était leader et l'autre son concurrent le plus proche (pour huit marchés) ou le suivant (pour les trois marchés restant).

*Une gamme de produits inégalée au sein du marché du petit électroménager*

33. Dès avant l'opération proposée, les parties disposaient chacune d'un très large éventail de produits dans le secteur des appareils du petit électroménager puisque chacune était présente sur l'ensemble des produits du petit électroménager. L'opération envisagée permettra à la nouvelle entité, non pas de compléter sa gamme, mais de devenir leader sur tous les produits de sa gamme existante.
34. Aucun des concurrents de la nouvelle entité ne disposera d'une telle panoplie de produits avec des positions aussi fortes sur les marchés en cause. Ainsi, Philips, qui possède la plus grande gamme de produit après les parties, ne figure pas parmi les trois premiers concurrents des parties pour les espressos et les friteuses. Il en est de même pour De Longhi et Braun qui ne figurent parmi les trois principaux clients de parties que sur respectivement 7 et 5 marchés.
35. Cette situation permettra à la nouvelle entité de renforcer son pouvoir de négociation vis-à-vis de ses clients revendeurs, notamment de la grande distribution qui constitue le principal canal de distribution en France.

*Un portefeuille de marques inégalé*

36. Les principaux fabricants vendent leurs produits sous une ou plusieurs marques, en fonction des pays et du type de produit concernés. Ainsi, les parties détiennent ensemble sept marques de périmètre et de dimension géographique divers. En effet, les marques Seb et Calor de l'entreprise Seb sont essentiellement vendues en France alors que sa marque Tefal est vendue à l'étranger. De même, en France, la marque Calor est présente sur les espressos, les fers et stations vapeurs alors que la marque Seb est surtout présente sur les friteuses, les grilles pains ou les cuiseurs vapeurs. Pour Moulinex, la marque Krups est surtout présente sur les espressos alors que la marque Moulinex est présente dans les autres familles de produits.
37. Les résultats de l'enquête menée par la Commission montrent que les marques sont, avant les prix, l'un des principaux facteurs de choix pour le consommateur final et donc constituent l'un des éléments majeurs de la concurrence. En effet, selon les parties elles-mêmes, la publicité et la Recherche & Développement représentent des postes importants pour ce type de produit et [...] % du chiffre d'affaires réalisé annuellement sont le fait de produits mis sur le marché dans l'année. En outre, il ressort de l'enquête de marché que les clients revendeurs ont des places limitées dans leurs linéaires et donc ne référencent, le plus souvent, que les produits des marques les plus réputées.
38. Avec son portefeuille de marques inégalé et la réputation de ces dernières, la nouvelle entité sera donc en mesure de répondre à la demande des clients revendeurs et de remplir la totalité de leur linéaire avec des marques différentes.

*Insuffisance de la concurrence actuelle et potentielle*

39. Selon l'enquête menée par la Commission, si les barrières à l'entrée étaient déjà importantes avant l'opération du fait de la présence, en France, de deux groupes très

forts (Seb et Moulinex) détenant des marques de grandes renommées, ces barrières seront considérablement renforcées compte tenu de la taille de la nouvelle entité sur l'ensemble des marchés français de la vente d'appareils du petit électroménager, de sa gamme de produits et de son portefeuille de marques. Il est donc fortement probable que cette opération va rendre plus difficile l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché français.

40. Les résultats de l'enquête de la Commission montrent que les concurrents actuels des parties ne seront pas non plus en mesure d'exercer une pression concurrentielle sur la nouvelle entité compte tenu de l'écart entre ses parts de marché et celles des concurrents, de l'étendue et de la puissance de sa gamme de produits et de la moindre renommée de leurs marques, sur un marché où la concurrence s'exerce principalement sur les marques.
41. Sur la base des considérations ci-dessus développées, la Commission partage l'analyse des Autorités françaises et estime que l'opération en question, *prima facie*, menace de créer une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée d'une manière significative dans les marchés de la vente d'appareils de petit électroménager en France.

## **VI. CONCLUSION**

42. La demande des Autorités françaises identifie une zone géographique, située à l'intérieur du territoire national, et dans laquelle la concentration entraîne des effets horizontaux significatifs sur l'ensemble des marchés de la vente d'appareils de petit électroménager. Les marchés situés dans la zone identifiée par les Autorités compétentes présente les caractéristiques d'un marché distinct. Les éléments recueillis par la Commission confirment que la nouvelle entité issue de la concentration bénéficiera de fortes positions sur ce marché qui justifient l'existence d'une menace de création ou de renforcement de position dominante. La Commission considère donc que la demande des Autorités françaises est fondée et conforme aux dispositions de l'article 9 paragraphe 3 du règlement sur le contrôle des concentrations.

A ARRÊTE LA PRÉSENTE DÉCISION :

### **Article 1**

La concentration notifiée consistant dans le projet d'acquisition de certaines activités de Moulinex par Seb est, par la présente décision et sur la base de l'article 9, paragraphe 3 du Règlement du Conseil (CEE) n° 4064/89 du 21 décembre 1989 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, renvoyée aux autorités compétentes de la République française, pour ce qui concerne les marchés français des appareils de petit électroménager, en vue de l'application de la législation nationale.

### **Article 2**

La République française est destinataire de la présente décision

Fait à Bruxelles, le 08.01.2002

Pour la Commission  
(Signé)  
Mario MONTI  
Membre de la Commission